

**O USO DO UNIFORME COM A LOGOMARCA DOS PRODUTOS DE OUTRAS EMPRESAS COMERCIALIZADOS PELO EMPREGADOR: a possibilidade de indenização por dano moral pelo uso da imagem do empregado e as divergências jurisprudenciais do TST sobre o tema.**

Mariana Domingos Durães<sup>1</sup>  
Jakeelane Conceição Nobre<sup>2</sup>

**RESUMO**

O presente trabalho trata sobre o direito de imagem na relação de emprego, principalmente no tocante ao uso de uniforme com logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador e as divergências jurisprudenciais do TST. Neste intento, questiona-se: o uso de uniformes com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador constitui limitação ao direito fundamental de imagem do empregado, havendo assim a possibilidade de indenização por dano moral? Assim, o objetivo geral do trabalho é compreender se tal uso de uniformes com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador enseja indenização por dano moral. O trabalho tem como finalidade elucidar se a imagem do trabalhador, direito fundamental, inerente à pessoa, é respeitada quando se trata de divulgação de marcas comercializadas pelo empregador nas vestimentas dos empregados. Para o desenvolvimento do estudo utilizou-se de pesquisa bibliográfica, baseada em doutrinas, a Constituição da Federal, leis ordinárias, bem como produções acadêmicas relevantes. Conclui-se que o uso de uniformes com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador constitui limitação ao direito fundamental de imagem do empregado, tendo em vista que é usada com um fim comercial e devido a isso deve ter a autorização expressa do titular do direito conforme artigo 5º, inciso X da Constituição Federal e o artigo 20 do Código Civil, sendo cabível indenização por dano moral.

**PALAVRAS-CHAVE:** direito de imagem; uniforme; produtos de outras empresas comercializados pelo empregador; empregado.

**ABSTRACT**

This work deals with the right of image in the employment relationship, mainly with regard to the use of a uniform with the logo of the products of other companies marketed by the employer and the jurisprudential divergences of the TST. In this context, the question arises: does the use of uniforms with the logo of the products of other companies marketed by the employer constitute a limitation to the employee's fundamental right to image, with the possibility of indemnity for moral damage? Thus, the general objective of the work is to understand whether such use of uniforms with the logo of the products of other companies marketed by the employer entails indemnity for moral damage. The purpose of the work is to clarify whether the image of the worker, a fundamental right, inherent to the person, is respected when it comes to the dissemination of brands marketed by the employer in the employees' clothing. For the development of the study, bibliographic research, based on doctrines, the

<sup>1</sup> Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito do Vale do Rio Doce (Fadivale).

<sup>2</sup> Advogada. Mestra pela PUC-SP. Pós-graduação *lato sensu* em Direito do Trabalho e Direito Previdenciário. Professora na Faculdade de Direito do Vale do Rio Doce (Fadivale).

Federal Constitution, ordinary laws, as well as relevant academic productions were used. It is concluded that the use of uniforms with the logo of the products of other companies marketed by the employer constitutes a limitation to the fundamental right of the employee's image, considering that it is used for a commercial purpose and because of that it must have the express authorization of the owner of the law according to article 5, item X of the Federal Constitution and article 20 of the Civil Code, and indemnity for moral damage is applicable.

**KEYWORDS:** Image rights; uniform; products from other companies marketed by the employer; employee.

## **SUMÁRIO**

**1 INTRODUÇÃO. 2 DIREITOS FUNDAMENTAIS E O DIREITO DE IMAGEM 2.1 DIREITOS DA PERSONALIDADE 2.2 DIREITO DE IMAGEM 2.3 DIREITO DE IMAGEM NA RELAÇÃO DE EMPREGO. 3 RELAÇÃO DE EMPREGO E O PODER DE DIREÇÃO DO EMPREGADOR 4 USO DE LOGOMARCAS DE PRODUTOS DE OUTRAS EMPRESAS COMERCIALIZADAS PELO EMPREGADOR NO UNIFORME DO EMPREGADO. 5 DIVERGÊNCIAS JURISPRUDÊNCIAIS DO TST. 6 CONCLUSÃO. REFERÊNCIAS.**

## **1 INTRODUÇÃO**

Este trabalho contempla o tema, o direito de imagem na relação de emprego e as jurisprudências divergentes do Tribunal Superior do Trabalho (TST) em relação à indenização por dano moral por violação da imagem do empregado. De forma delimitada, abordam-se os aspectos gerais e jurídicos que envolvem o assunto.

A pertinência do tema visa discutir a observância dos direitos fundamentais na relação de trabalho, principalmente após a reforma trabalhista, em que muitas vezes os poderes patronais superam os direitos dos empregados, mesmo que tal direito esteja previsto na lei maior do país.

Nesse contexto, a questão problema que orienta a pesquisa é a seguinte: o uso de uniformes com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador constitui limitação ao direito fundamental de imagem do empregado, havendo assim a possibilidade de indenização por dano moral?

Dessa forma, o estudo trabalha com a hipótese de que o uso de uniformes com as logomarcas dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador, sem a autorização expressa do empregado e compensação pecuniária, configura afronta direta a Constituição Federal que assegura em seu art. 5º, inciso X, o direito a indenização por dano material e moral àquele que for violado em sua

intimidade, vida privada, honra ou imagem. Além do mais, para assertiva de tal hipótese, foi realizada uma análise das jurisprudências recentes do TST sobre o tema.

Sendo assim, o objetivo geral do trabalho é compreender se uso de uniformes com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador constitui limitação ao direito fundamental de imagem do empregado, havendo assim a possibilidade de indenização por dano moral. Especificamente, pretende-se examinar o conceito e a aplicação do direito de imagem, entender os poderes do empregador e a subordinação do empregado, constatar se o uso de uniforme com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador está inerente ao contrato de trabalho e examinar as jurisprudências do Tribunal Superior do Trabalho.

O interesse pela pesquisa, sem pretensão de esgotar o tema, se justifica em demonstrar a necessidade de proteção do empregado para que esse não tenha sua imagem violada, exigindo a aplicabilidade da lei, tendo relevância de conscientizar os empregados sobre seus direitos.

No tocante ao procedimento metodológico, utilizou-se pesquisa bibliográfica, valendo-se de artigos acadêmicos publicados na Internet, doutrinas, leis federais, leis ordinárias e jurisprudências do TST, com a finalidade de proporcionar melhores e mais precisas informações sobre o tema.

O texto está dividido em quatro partes, além desta introdução. O capítulo dois descreve sobre o direito de imagem enfatizando sobre o conceito, os direitos fundamentais e o direito de imagem na relação de emprego. O terceiro expõe sobre a relação de emprego especialmente sobre os poderes do empregador e a subordinação jurídica. O capítulo quatro nos fala sobre o uso de logomarcas de produtos de outras empresas comercializadas pelo empregador no uniforme do empregado. Já o capítulo cinco aborda sobre as divergências jurisprudenciais do TST no tocante a indenização por dano moral pela violação da imagem do empregado quando do uso de uniforme com a logomarca de produtos comercializados pelo empregador. Finalmente, a conclusão é feita no capítulo seis.

## **2 DIREITOS FUNDAMENTAIS E O DIREITO DE IMAGEM**

A ideia de justiça, de liberdade, de dignidade da pessoa humana sempre esteve refletida na sociedade humana. Porém, tais direitos eram limitados a certos grupos privilegiados visto que não estavam positivados no ordenamento jurídico, não podendo ser requisitado perante órgão imparcial e desconsiderada a vontade do soberano (MARMELESTEIN, 2014).

Por conseguinte, o direito fundamental atual somente é possível quando “se admite a possibilidade de limitação jurídica do poder político” (MARMELESTEIN, 2014, p. 31), isto, porque, poderá ser considerado como direito a todos os cidadãos e esses poderão requisitá-los a órgão imparcial em caso de descumprimento. Tal concepção dos direitos fundamentais está relacionada ao início do Estado Constitucional, que tem como essência o reconhecimento e proteção à dignidade da pessoa humana e os direitos fundamentais (SARLET, MARINONI e MITIDIERO, 2019).

Sobre a evolução histórica dos direitos fundamentais Marmelstein (2014, p. 61) expõe:

Desde o fim da Segunda Guerra Mundial, a teoria dos direitos fundamentais vem paulatinamente se consolidando perante a comunidade jurídica internacional em razão da crença de que a dignidade da pessoa humana é um valor que deve legitimar, fundamentar e orientar todo e qualquer exercício do poder. No caso específico do Brasil, o grande prestígio alcançado pela teoria dos direitos fundamentais, nos últimos anos, deve-se, sem dúvida, à Constituição de 88 (CF/88), que inaugurou um novo ciclo no cenário jurídico nacional.

A Constituição Federal de 1988 (CF) deu ênfase ao direito fundamental colocando-o em destaque logo nos seus primeiros artigos (artigos 5º a 17). Além de dispor de uma proteção especial integrando os direitos fundamentais como *cláusulas pétreas*, conforme artigo 60, §4º, inciso IV (MARMELESTEIN, 2014):

Art. 60. A Constituição Federal poderá ser emendada mediante proposta:  
I - de um terço, no mínimo, dos membros da Câmara dos Deputados ou do Senado Federal;  
II - do Presidente da República;  
III - de mais da metade das Assembleias Legislativas das unidades da Federação, manifestando-se, cada uma delas, pela maioria relativa de seus membros.

[...]

§ 4º Não será objeto de deliberação a proposta de emenda tendente a abolir: [...]

IV - os direitos e garantias individuais (BRASIL, 2019a, p. 63).

Os direitos fundamentais podem ser definidos, portanto, como prerrogativas jurídicas reconhecidas e protegidas pela Constituição Federal brasileira, de forma expressa, estando inserido no texto constitucional ou que tenha o caráter fundamental reconhecido na jurisprudência constitucional (BARROSO, 2020), ou de forma implícita, aquela não expressa na constituição federal, mas que possui conteúdo de direitos fundamentais conforme autorizado pela própria Constituição em seu artigo 5º, § 2º. Ademais, tais direitos fundamentais não são disponíveis pelo poder constituídos (SARLET, MARINONI e MITIDIERO, 2019).

Assim, os direitos fundamentais constituem garantia constitucional inerentes à pessoa humana, devendo ser respeitados pelo Estado e pela sociedade, incluindo as pessoas jurídicas de direito público ou privado.

## 2.1 DIREITOS DA PERSONALIDADE

Os direitos da personalidade fazem parte dos direitos fundamentais, porém nem todos os direitos fundamentais são direitos da personalidade, como exemplo, Sarlet, Marinoni e Mitidiero (2019) citam a proteção dos direitos adquiridos e da garantia da razoável duração do processo, que são direitos fundamentais e não direitos da personalidade. Desta forma, conceitua-se direitos da personalidade “como aqueles que têm por objeto os atributos físicos, psíquicos e morais da pessoa em si e em suas projeções sociais” (GAGLIANO e PAMPLONA, 2019, p. 236).

Para Bittar (2015) os direitos da personalidade constituem direitos inatos do ser humano, cabendo ao Estado apenas reconhecê-los e protegê-los pelo ordenamento jurídico do poder público e das relações privadas.

Para Tartuce (2018, p 102) “os direitos da personalidade são aqueles inerentes à pessoa e à sua dignidade (art. 1º, III, da CF/1988)”.

O reconhecimento dos direitos da personalidade na legislação ocorreu por volta do século XX, tendo-se por base a dignidade da pessoa humana positivada pela Constituição Federal de 1988 em seu artigo 1º, inciso III (DINIZ, 2013). Para

Sarlet, Marinoni e Mitidiero (2019) tal princípio da dignidade da pessoa humana é um dos maiores fundamentos de ter um direito geral da personalidade implícito na Constituição Federal. Esse é o entendimento do enunciado n. 274 do CJP/STJ na IV Jornada de Direito Civil, que ocorreu em 2006:

Os direitos da personalidade, regulados de maneira não-exaustiva pelo Código Civil, são expressões da cláusula geral de tutela da pessoa humana, contida no art. 1º, inc. III, da Constituição (princípio da dignidade da pessoa humana). Em caso de colisão entre eles, como nenhum pode sobrelevar os demais, deve-se aplicar a técnica da ponderação. (CJP, 2020c, p. 1)

Em síntese, os direitos da personalidade expressos no Código Civil assim o são de maneira exemplificativa e contemplam direitos constitucionais implícitos conforme artigo 5º, § 2º da Constituição Federal atual:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

§ 2º Os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte. (BRASIL, 2019a, p. 45).

Segundo Venosa (2017) a Constituição Federal em seu artigo 5º, incisos V, X e XXVIII alínea “a”, trás uma base dos direitos da personalidade e o Código Civil a complementa, constante em um capítulo específico, qual seja, no Capítulo II, Título I, da Parte Geral, artigos 11 a 21.

Conforme ensina Bezerra Leite (2018), as características dos direitos da personalidade é o fato de serem:

- a) Absolutos: opináveis *erga omnes*, ou seja, tanto aos órgãos estatais quanto em relação a particulares (SARLET, MARINONI e MITIDIERO, 2019).
- b) Gerais ou Universal: outorgado a todas as pessoas.
- c) Extrapatrimoniais: não é um bem patrimonial economicamente apreciável, como seria, por exemplo, um imóvel, mas sim um valor que está

relacionado à subjetividade da pessoa (SARLET, MARINONI e MITIDIERO, 2019). Porém em alguns casos, como em caso de violação de tal direito, é possível mensurar economicamente sua indenização. (GAGLIANO e PAMPLONA, 2019)

d) Indisponíveis: o indivíduo não pode dispor de tais direitos, comportando algumas exceções com traz o artigo 11 do Código Civil: “Com exceção dos casos previstos em lei, os direitos da personalidade são intransmissíveis e irrenunciáveis, não podendo o seu exercício sofrer limitação voluntária” (BRASIL, 2019c, p. 192). Além do mais, dois enunciados a seguir descritos, o primeiro de 2005 e o segundo de 2002, permitem a mitigação deste direito mesmo que não previsto em lei, porém de forma limitada e, conforme aponta Tartuce (2019), o direito da personalidade em si não é disponível e sim o seu uso por determinado tempo.

Os direitos da personalidade podem sofrer limitações, ainda que não especificamente previstas em lei, não podendo ser exercidos com abuso de direito de seu titular, contrariamente à boa-fé objetiva e aos bons costumes. (CJF, 2020a, p.1)

O exercício dos direitos da personalidade pode sofrer limitação voluntária, desde que não seja permanente nem geral. (CJF, 2020b, p. 1)

e) Imprescritíveis: não cessam com o passar do tempo e não extinguem por não usá-los. Segundo Gagliano e Pamplona (2019) tal imprescritibilidade se refere à aquisição ou extinção de direitos, o que não ocorre, pois são inatos ao ser humano. Porém, pode-se falar de prescrição em relação a possível reparação de violação a um direito da personalidade, que genericamente é de três anos, conforme artigo 206, § 3º, inciso V do Código Civil.

f) Impenhoráveis: tendo em vista que são indisponíveis, não podem ser penhorável. E do mesmo modo que a indisponibilidade possui exceções, sendo que a os reflexos patrimoniais dos direitos da personalidade podem ser penhorado (GONÇALVES, 2020).

g) Vitalícios: como são inatos ao ser humanos surge com sua concepção e perdura até a morte. Além do mais, como acentua Gonçalves (2020), alguns direitos da personalidade perduram até mesmo depois da morte, como seria caso do respeito à honra ou à memória.

Como visto, o direito da personalidade tem por objeto os atributos físicos, psíquicos e morais da pessoa em si e em suas projeções sociais. O código Civil brasileiro apresenta um rol exemplificativo desses direitos tais como: direito à vida; direito de imagem; direito à integridade; direito à honra; direito à voz; dentre outros.

Nesse estudo não será discutido todos os direitos da personalidade elencados acima, mas tão somente, abordar-se-á sobre o direito de imagem.

## 2.2 DIREITO DE IMAGEM

A imagem, segundo Gagliano e Pamplona (2017, p. 287) “constitui a expressão exterior sensível da individualidade humana”, conforme os mesmos autores, a imagem se dividi em imagem-retrato que se trata do aspecto físico e a imagem-atributo que se relaciona a personalidade da pessoa, elementos dignos de proteção jurídica.

O direito de imagem se integra aos direitos da personalidade, especificamente encontra-se legislado no artigo 20 do Código Civil. Na legislação constitucional encontra-se no artigo 5º, X em relação ao direito à própria imagem, o artigo 5º, inciso V garante o direito à indenização em caso de dano material, moral ou à imagem e no artigo 5º, inciso XXVIII, “a”, garante a proteção contra a reprodução da imagem e da voz humana (SARLET; MARINONI e MITIDIERO, 2019).

O direito de imagem, assim como os direitos da personalidade, possui como base a dignidade da pessoa humana, e neste caso específico do direito que cada pessoa tem sobre sua própria imagem a possibilitando impedir que utilizem, sem sua prévia e expressa concordância, tanto da sua imagem como de seus componentes individualizados. (BITTAR, 2015). Ainda, para Bittar (2015, p. 2211) constitui ato ilícito “não só o uso não consentido, como também o uso que extrapole os limites contratuais (em finalidade diversa, ou não expressamente ajustada)”.

Deste mesmo entendimento Gagliano e Pamplona (2019, p. 279) expõe que apesar da natureza do direito de imagem admitir cessão de uso deve-se ter autorização expressa do titular, “[...] não se admitindo interpretação ampliativa das cláusulas contratuais para se estender a autorização a situações não previstas”.

Em vista disso, Bittar (2015) e Gagliano e Pamplona (2019) apresentam que para o uso da imagem ser licito deve-se ter o consentimento expresso do titular do

direito. Já para Sarlet, Marinoni e Mitidiero (2019) o consentimento do titular do direito pode ocorrer de forma tácita, como é o caso de pessoas públicas, exemplo das celebridades ou políticos, em que a publicidade é essencial, ou até mesmo pessoas em eventos em espaços públicos, nestes casos presume-se o consentimento implícito na veiculação de sua imagem sendo dispensada sua expressa autorização.

Conforme apresentam Sarlet, Marinoni e Mitidiero (2019) o direito de imagem não é absoluto, sofrendo limitações caso entre em conflito com outros direitos fundamentais, como a liberdade de expressão. Outra limitação é trazida pelo artigo 20 do Código Civil que autoriza a divulgação da imagem se for necessário à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública.

Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais. (BRASIL, 2019c, p. 192)

Portanto, como verificado no artigo transcrito acima, com exceção da limitação ao direito da imagem autorizada à administração da justiça ou da manutenção da ordem pública quando necessário, o Código Civil prevê que o uso de imagem só poderá ser realizado mediante a autorização do titular do direito, cabendo indenização se o ato de usar a imagem da pessoa atingir sua honra, sua boa fama, sua respeitabilidade ou se esse uso tiver fins comerciais.

## 2.3 DIREITO DE IMAGEM NA RELAÇÃO DE EMPREGO

Não há na legislação trabalhista previsão específica do direito de imagem na relação trabalhista, porém, o direito de imagem, por ser um direito fundamental constitucionalmente estipulado, abrange o indivíduo em todas as suas esferas, seja em sua vida civil ou exercendo sua profissão, o protegendo de eventuais violações do seu direito personalíssimo na relação de emprego (JOÃO, 2020).

Conforme expõe Schiavi (2011 *apud* LEWISKI, 2019, p. 34):

O direito de imagem, por ser um direito de personalidade, não compõe o contrato de trabalho, não sendo permitido ao empregador dispor da imagem do empregado. Do mesmo modo, deve o trabalhador agir com diligência, a fim de que não desrespeite a imagem da empresa.

Segundo Delgado (2019, p. 778), a imagem do trabalhador pode vir a ser violada de duas formas, “por meio da agressão ao próprio patrimônio moral do ser humano, de modo a lhe atingir também a imagem” ou “por meio de utilização não autorizada ou não retribuída da imagem do indivíduo”. Aplica-se o artigo 20 do Código Civil, anteriormente explicada, sendo devido ao empregado indenização por dano moral pela violação de sua imagem, uma vez que se trata de seu patrimônio jurídico personalíssimo.

Além do artigo 20 do Código Civil aplica-se, conforme mencionado no subtítulo acima, o artigo 5º, inciso X, da Constituição Federal,

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; (BRASIL, 2019a, p. 42).

Desta forma, conforme depreende o entendimento doutrinário estudado, o dano moral decorrente da violação da imagem, e por consequência sua indenização reparatória, é possível no âmbito empregatício.

No próximo capítulo analisaremos a relação de emprego, especificando os direitos do empregador e a subordinação jurídica do empregado.

### **3 RELAÇÃO DE EMPREGO E O PODER DE DIREÇÃO DO EMPREGADOR**

Conforme aponta Cassar (2017) o legislador trabalhista se preocupou mais com a regulamentação dos direitos dos empregados, tendo em vista que, na maioria

das vezes, esses não possuem paridade econômica com seu empregador, ficando, portanto, prejudicado a livre autonomia das partes em ajustar um contrato, como ocorre na esfera civil.

Devido a isso, para que haja a caracterização da relação de emprego é imprescindível a presença de alguns requisitos previstos na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) no *caput* dos artigos 2º e 3º:

Art. 2º Considera-se **empregador** a empresa, individual ou coletiva, quem, **assumindo os riscos da atividade econômica**, admite, assalaria e dirige a **prestação pessoal de serviços**.

[...]

Art. 3º Considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de **natureza não eventual** a empregador, **sob a dependência** deste e mediante **salário** (BRASIL, 2019b, p. 887, grifo nosso).

Cabe, previamente, diferenciar o contrato de trabalho do contrato de emprego, esse é uma espécie daquele que é gênero. Ou seja, a relação de trabalho é mais genérica englobando toda prestação de serviço admissível (DELGADO, 2019), como exemplo, o trabalho avulso, voluntário e estagiário (RENZETTI, 2018). Já a relação de emprego “é apenas uma das modalidades específicas de relação de trabalho juridicamente configuradas. Corresponde a um tipo legal próprio e específico, inconfundível com as demais modalidades de relação de trabalho” (DELGADO, 2019, p. 334).

Diante disso, os elementos presentes nos artigos 2º e 3º, acima transcritos, conforme ensina Delgado (2019) são denominados fático-jurídicos, ou seja, não são uma criação jurídica, mas sim fatos reconhecidos pelo Direito. Quando tais fáticos jurídicos, ou também chamados de pressupostos, estiverem concentrados em uma “[...] determinada relação socioeconômica, surge a relação de emprego, juridicamente caracterizada” (DELGADO, 2019, p.339). Tais pressupostos são:

- a) Trabalho prestado por pessoa física;
- b) Pessoaalidade;
- c) Onerosidade;
- d) Não eventualidade;
- e) Alteridade;
- f) Subordinação Jurídica.

Dentre os requisitos caracterizadores da relação de emprego, Rezentti (2018, p. 70) considera a subordinação jurídica como sendo o requisito mais importante da relação de emprego “[...] representa o poder empregatício do empregador, ou seja, é aquela que reflete o seu poder de direção” uma vez que devido a tal poder o empregado tem o dever de obediência (subordinação).

O poder de direção do empregador também estar previsto no artigo 2º da CLT e significa dizer que lhe cabe, por assumir os riscos da atividade econômica, o direito de controle, fiscalização e de punição em relação às atividades de seus empregados. Estes poderes não são absolutos, pois o empregador deve atentar-se ao disposto nos preceitos legais, como leis e acordos (JORGE NETO e CAVALCANTE, 2019).

Tal poder de direção desdobra-se em outros poderes, como explica Cassar (2017, p. 290):

O empregador é dotado do poder de direção por comandar, escolher e controlar os fatores de produção da empresa. O poder de direção se desdobra em poder diretivo, em poder disciplinar e em poder hierárquico ou de organização. O primeiro se constitui na capacidade do empregador em dar conteúdo concreto à atividade do trabalhador, visando os objetivos da empresa. O segundo traduz-se no poder que tem o patrão de impor punições aos empregados. O terceiro é a capacidade do empregador em determinar e organizar a estrutura econômica e técnica da empresa, aí compreendida a hierarquia dos cargos e funções, bem como de escolher as estratégias e rumos da empresa.

Há, portanto, a vinculação jurídica entre as partes, do empregado e do empregador, instituída no contrato de trabalho em que o empregado se dispõe a acolher tal poder de direção do empregador em sua prestação de serviços (DELGADO, 2019). Conforme trazem Jorge Neto e Cavalcante (2019) a subordinação jurídica pode ser percebida por três prismas: 1) subjetivo: “quando o comando do empregador recai sobre a pessoa do empregado” (CASSAR, 2017, p. 293); 2) objetivo: o comando do empregador se dá sobre a prestação de serviços. Para Delgado (2019, p. 350) é a que se aplica hodiernamente: “como se percebe, no Direito do Trabalho a subordinação é encarada sob um prisma o objetivo: ela atua sobre o modo de realização da prestação e não sobre a pessoa do trabalhador”; 3) estrutural: se baseia na inserção do empregado na dinâmica da empresa,

independente de receber ordens diretas ou não (JORGE NETO e CAVALCANTE, 2019).

Desta forma, fica evidente que na relação empregatícia há de um lado o poder de direção do empregador e, por outro lado, há a subordinação por parte do empregado, sendo que ambos sofrem limitações, pois, como mencionado, não é a pessoa do empregado que fica subordinado ao empregador, devendo por isso ser respeitado sua titularidade de direitos que são constitucional e legalmente lhe assegurado, sob pena de responsabilização civil (CORREIA, 2020).

Nesta perspectiva, no próximo capítulo analisaremos sobre o uso de uniforme na legislação trabalhista e, especialmente, o uso de uniforme com a logomarca de produtos de outras empresas comercializadas pelo empregador.

#### **4 USO DE LOGOMARCAS DE PRODUTOS DE OUTRAS EMPRESAS COMERCIALIZADAS PELO EMPREGADOR NO UNIFORME DO EMPREGADO**

O uso de uniformes foi positivado na CLT pela reforma trabalhista (Lei n. 13.467/2017) em seu artigo 456-A:

Art. 456-A. Cabe ao empregador definir o padrão de vestimenta no meio ambiente laboral, **sendo lícita a inclusão no uniforme de logomarcas da própria empresa ou de empresas parceiras** e de outros itens de identificação relacionados à atividade desempenhada. (BRASIL, 2019b, p. 915, grifo nosso).

Dessa forma, o legislador buscou afirmar que a definição do padrão de vestimenta faz parte do poder diretivo do empregador, não podendo este, todavia, conforme a doutrina, abusar de tal direito para impor padrões de vestimentas desmoralizadoras. O legislador também afirma que inserção de logomarcas do próprio empregador e de empresas parceiras é lícita e não viola os direitos do trabalhador. (MARTINEZ, 2020).

Lado outro, observa-se que a legislação trabalhista não especificou quem seria essas empresas parceiras, se seriam empresas do mesmo grupo econômico ou simplesmente empresas proprietárias de produtos comercializadas pelo empregador. Além disso, deve-se analisar que o poder de direção do empregador

sofre limitação, devendo esse respeitar a titularidade de direitos do empregado. Por conseguinte, deve o empregador respeitar o direito de imagem do empregado, de forma que caso venha utilizar essa imagem, seja mediante autorização expressa e específica, sob pena de ferir seu direito da personalidade.

Sobre o padrão de vestimenta e o uso de uniforme com logomarcas Leite (2018, p. 446) assim dispõe:

No que concerne ao padrão de vestimenta e à inclusão no uniforme de logomarcas no meio ambiente do trabalho, é preciso verificar, no caso concreto, se ocorre lesão ao direito de imagem do trabalhador, sendo certo que determinadas vestimentas e uniformes podem levar ao constrangimento e à humilhação do trabalhador, causando-lhe lesão aos direitos da personalidade, como a honra, a dignidade, o nome, a boa fama etc. Assim, deve o empregador ter o cuidado de não cometer abuso do direito ao definir o padrão de vestimentas e a inclusão de logomarcas nos uniformes. Por outro lado, a utilização de logomarcas no uniforme pode servir de prova para a caracterização de grupo econômico para fins de responsabilidade pelas obrigações trabalhistas.

Desta forma, a interpretação literal sobre o uso de uniformes com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador pode ocasionar uma diminuição de direitos e garantias mínimas do empregado, resultando em afronta ao seu direito da personalidade, que lhe são constitucionalmente protegidos e irrenunciáveis (PAULA, 2020).

Paula (2020) também expõe a possibilidade de resultar em transferência de parte dos custos do empreendimento ao empregado.

Portanto, Hilda Maria de Paula afirma que apesar do legislador ter incluído sobre o uso de uniforme com logomarcas de outras empresas com intuito de evitar ações de indenizações pelo uso da imagem do empregado, não foi ao menos definido qual seria o limite de tais propagandas na vestimenta. Dessa forma, tal dispositivo encontra barreira nos direitos da personalidade e como há o fim comercial, que traz benefícios financeiros extras, tal propaganda em uniforme do empregado deve respeitar o artigo 20 do Código Civil, que para ocorrerem necessitam da concordância do empregado, sob pena da indenização devida (PAULA, 2020).

Nesse sentido, Delgado e Delgado (2017, p. 162) prelecionam que:

Caso se trate de efetivo uso de imagem do trabalhador pela empresa - e não somente do tema da vestimenta -, incidem outros preceitos normativos, como, por exemplo, o art. 5º, V e X, da Constituição de 1988, o art. 223-C da CLT (igualmente inserido pela Lei n. 13.467/2017) e o art. 20 do Código Civil Brasileiro.

Ademais, sobre a predominância da autorização jurídica na inclusão de logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador no uniforme, Paula (2020, p 11) expõe:

Assim, não basta a mera alteração legislativa, com a inserção do artigo 456-A à CLT, para que o empregador possa dispor da imagem do empregado, apenas pautado em seu poder empregatício. Com efeito, é legítimo que o trabalhador tenha preservados seus valores mais íntimos, sua privacidade e intimidade, daí a necessária ponderação do tipo de propaganda que possa ser colocada em sua vestimenta.

Para corroborar com esse entendimento cabe expor o posicionamento adotado pela 2ª Jornada de Direito Material e Processual do Trabalho, 2017, em seu enunciado 21:

PADRÕES DE VESTIMENTA E DE LOGOMARCAS IMPOSTAS PELO EMPREGADOR: LIMITE. ART. 456-A DA CLT. PADRÕES IMPOSITIVOS DE VESTIMENTAS E LOGOMARCAS. LIMITES A DIREITOS FUNDAMENTAIS. A prerrogativa do empregador de definir padrão de vestimenta, bem como outras formas de identificação e propaganda, encontra limites nos direitos fundamentais dos trabalhadores. Assim, a definição de uniformes, logomarcas e outros itens de identificação deve preservar direitos individuais, tais como os relacionados a privacidade, honra e pudor pessoal, e não se exclui a aplicação do artigo 20 do Código Civil. (ANAMATRA, 2020, p. 8)

Assim, devido à inclusão do artigo 456-A da CLT, as partes tem discutido por meio de ações judiciais na justiça do trabalho, especialmente, em sede de recurso de revista, a indenização por dano moral pela violação da imagem do empregado quando do uso de uniforme com a logomarca de produtos comercializados pelo empregador.

No entanto, essas decisões veem sofrendo divergências nas turmas do Tribunal Superior do Trabalho, o que será comentado no próximo capítulo.

## **5 DIVERGÊNCIAS JURISPRUDÊNCIAIS DO TST**

Para melhor compreensão do posicionamento do TST, fora feita uma pesquisa em seu sistema de busca de jurisprudência (<https://jurisprudencia.tst.jus.br/>) com as palavras chaves “uso”, “uniforme” e “logomarca”. O período escolhido para análise dos acórdãos foram decisões com publicação em 1 ano e 10 meses (janeiro de 2019 à 12 de outubro de 2020). Após uma análise de quais acórdãos integravam totalmente sobre o uso de uniforme com logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador, teve-se o resultado total de 63 acórdãos, sendo que 45 deles entenderam ser possível a indenização por dano moral pelo uso da imagem do empregado e 18 foram contra tal indenização. Nesse período pesquisado as Turmas 1ª, 2ª, 3ª, 6ª e 7ª somente tiveram acórdãos posicionando-se favorável a indenização e a Turma 4ª somente acórdãos não favoráveis à indenização, já as Turmas 5ª e 8ª obtiveram ambos os posicionamentos.

A jurisprudência a favor da condenação por danos morais sustenta que a utilização da imagem do empregado com a imposição do uso de uniforme com logomarcas de produtos comercializados pela empresa, sem sua autorização, implica em lesão ao direito da personalidade previsto no artigo 5º, inciso X da CF, sendo que este foi o entendimento consolidado na Subseção I Especializada em Dissídios Individuais (SBDI-1).

**AGRAVO INTERNO EM RECURSO DE REVISTA. DANO MORAL. USO INDEVIDO DA IMAGEM. LOGOMARCAS NO UNIFORME.** Esta Corte já pacificou o entendimento de ser devida a indenização pela utilização indevida da imagem do empregado que usa uniforme com propagandas, justificando a condenação ao pagamento de indenização por dano moral, com fulcro nos arts. 20, 187 e 927 do Código Civil. Decisão nesse sentido merece ser confirmada. Pertinência do artigo 896, § 7.º da CLT e da Súmula n.º 333 do TST. **Agravo conhecido e não provido.** (BRASIL, 2020a, p. 1)

Desta forma, a jurisprudência sustenta que para ser lícito o uso de uniformes com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador é imprescindível a autorização do empregado com base no artigo 20 do Código Civil, que estipula que para que não haja indenização com a exposição da imagem da pessoa que lhe atingirem a honra, boa fama, respeitabilidade ou se destinar a fins comerciais, é necessário à autorização. No caso do uso de uniformes com logomarcas de produtos de outras empresas o uso da imagem do empregado se destina ao fim comercial, tendo em vista que objetiva-se o ganho econômico da empresa, mesmo que indiretamente, com tal publicidade. Desse modo, utilizando da Súmula nº 403 do STJ de analogia, no caso do uso da imagem sem autorização não é necessário a comprovação do prejuízo:

**PROCESSO ANTERIOR À LEI 13.467/17. ACÓRDÃO PUBLICADO NA VIGÊNCIA DA LEI Nº 13.467/2017. RECURSO DE REVISTA. INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. USO NÃO AUTORIZADO DA IMAGEM DO EMPREGADO COM FINS COMERCIAIS. EMPREGADO OBRIGADO A TRAJAR UNIFORME COM LOGOMARCA DE PRODUTOS COMERCIALIZADOS PELA EMPREGADORA.** Conforme se depreende da decisão recorrida, a imagem do autor foi utilizada sem sua autorização e com evidente finalidade comercial, uma vez que, na condição de empregado, estava obrigado a trajar uniforme que estampava as logomarcas de empresas parceiras. A jurisprudência desta Corte consolidou-se no sentido de reconhecer o direito à indenização por dano moral nos casos de utilização da imagem para fins econômicos. É o que se extrai também da Súmula 403 do STJ. A empresa atentou contra, portanto, o que dispõe o artigo 20 do Código Civil. Com efeito, ao obrigar o empregado a utilizar vestimenta com a finalidade de produzir um ganho econômico à empresa, sem o devido consentimento e sem a devida contraprestação pelo serviço prestado, esta extrapolou seu direito potestativo, incorrendo em abuso de direito, exatamente como prevê o artigo 187 do Código Civil. Acrescente-se que, desde que a publicidade de produtos integre, direta ou indiretamente, a estratégia comercial ou publicitária da empresa, é de se presumir a existência de vantagem comercial, ainda que indireta, sendo irrelevante o fato de os produtos serem exibidos nas dependências do estabelecimento comercial. Precedentes. **Recurso de revista conhecido por violação do artigo 5º, V, da CF e provido.** (BRASIL, 2020b, p. 1)

Além da autorização do empregado para o uso da sua imagem as jurisprudências também trazem a necessidade da contraprestação, sendo que algumas sustentam que é necessária a presença tanto da autorização quanto da contraprestação pecuniária nesses casos e outras jurisprudências sustentam a necessidade de uma ou outra.

**RECURSO DE REVISTA REGIDO PELA LEI 13.467/2017. TRANSCENDÊNCIA SOCIAL RECONHECIDA. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. USO INDEVIDO DA IMAGEM. UNIFORME COM LOGOMARCA DE FORNECEDORES. AUSÊNCIA DE AUTORIZAÇÃO DO EMPREGADO. DANO MORAL CONFIGURADO.** Ausente autorização expressa do empregado e compensação pecuniária, resulta violado o direito de imagem da reclamante em razão da utilização de uniforme com logomarca de fornecedores da empregadora. Precedentes desta Corte. **Recurso de revista conhecido e provido.** (BRASIL, 2020c, p. 1)

**RECURSO DE REVISTA INTERPOSTO SOB A ÉGIDE DAS LEIS Nºs 13.015/2014, 13.105/2015 E 13.467/2017. DIREITO DE IMAGEM. UTILIZAÇÃO DE UNIFORME COM LOGOMARCAS DE PRODUTOS. DANO MORAL.** A determinação de uso de uniforme com logotipos de produtos comercializados pelo empregador, sem que haja concordância do empregado ou compensação pecuniária, viola seu direito de uso de imagem, conforme dispõe o art. 20 do Código Civil. Tal conduta evidencia manifesto abuso do poder diretivo do empregador, a justificar sua condenação ao pagamento de indenização, com fulcro nos arts. 187 e 927 do mesmo diploma legal. **Recurso de revista conhecido e provido.** (BRASIL, 2020d, p. 1)

Ademais, encontra-se na jurisprudência favorável o entendimento de que tal uso da imagem do empregado não faz parte da subordinação jurídica presente na relação de emprego e configura abuso do poder diretivo do empregador:

**INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. DIREITO DE IMAGEM. OBRIGATORIEDADE DE UTILIZAÇÃO DE UNIFORMES COM LOGOMARCAS SEM AUTORIZAÇÃO E CONTRAPRESTAÇÃO PECUNIÁRIA.** A jurisprudência desta Corte é no sentido de que a determinação do uso de camiseta promocional das marcas comercializadas pelo empregador, sem autorização do empregado e sem a devida compensação pecuniária, configura violação do direito de imagem do trabalhador, sendo passível de indenização por danos morais. Com efeito, o empregador não está autorizado, à conta da subordinação, a usar o corpo ou a projeção social do empregado e/ou sua imagem para auferir vantagem econômica. Na hipótese, ficou comprovado que o reclamante, por dois meses, utilizou camisetas estampadas com a marca de produto vendido no estabelecimento. Dá-se provimento para, tendo em vista as peculiaridades do caso concreto, condenar a reclamada ao pagamento de indenização por danos morais, no valor de R\$ 2.000, 00 (dois mil reais). **Recurso de revista conhecido e provido.** (BRASIL, 2020e, p. 1)

Quanto à indenização por dano moral, esclareceu-se que a determinação de uso de uniforme com logotipos de produtos comercializados pelo empregador, sem que haja concordância do empregado ou compensação pecuniária, viola seu direito de uso da imagem, conforme dispõe o artigo 20 do Código Civil. Tal conduta evidencia manifesto abuso do poder diretivo do

empregador, a justificar sua condenação ao pagamento de indenização. (BRASIL, 2020f, p. 28)

Por outro lado, a jurisprudência desfavorável a condenação por danos morais sustenta que com a inclusão do artigo 456-A da CLT a jurisprudência predominante, favorável a concessão do dano moral, deve ser revisada, uma vez que aplicando tal artigo inexistente o direito do empregado receber indenização no caso de uso de uniforme com logomarca de produtos de outras empresas. Segundo o entendimento da 4ª Turma, a imposição de indenização cria vantagem econômica sem base legal, tendo o empregado uma participação no ganho do empregador com patrocinadores.

**DANO MORAL – USO DE LOGOMARCA – SUPERAÇÃO DA JURISPRUDÊNCIA DA SBDI-1 DO TST PELA REFORMA TRABALHISTA – OFENSA AO ART. 5º, X, DA CF NÃO CONFIGURADA – APLICAÇÃO DO ART. 456-A DA CLT – INEXISTÊNCIA DE DIREITO ADQUIRIDO FRENTE À LEI 13.467/17 – TRANSCENDÊNCIA JURÍDICA RECONHECIDA - RECURSO NÃO CONHECIDO.**

1. Constitui transcendência jurídica da causa "a existência de questão nova em torno da interpretação da legislação trabalhista" (CLT, art. 896-A, § 1º, IV). Avulta a transcendência jurídica do presente recurso, na medida em que a questão do direito a indenização por dano moral decorrente do uso de logomarca em uniforme, calcado em jurisprudência majoritária do TST, deve ser revisitada à luz do art. 456-A da CLT, introduzido pela reforma trabalhista promovida pela Lei 13.467/17, que deixou clara a inexistência do direito.

2. A jurisprudência majoritária da SBDI-1 do TST segue no sentido de que o uso não autorizado pelo empregado, de logomarca de patrocinador da empresa no seu uniforme de trabalho, ainda que não lhe atinja a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, impõe indenização por danos morais, nos termos do art. 5º, X, da CF e da Súmula 403 do STJ, em face dos fins econômicos explorados pelo empregador com a inserção dessas marcas.

3. Ora, o bem da vida tutelado pelo inciso X do art. 5º da CF é a inviolabilidade da imagem pessoal, enquanto a ação lesiva tratada na Súmula 403 do STJ é a publicação indevida dessa imagem para fins comerciais. Assim, a existência de logomarca de apoiador ou patrocinador da empresa no uniforme de seus empregados, se não for ofensiva ou constrangedora pela natureza do produto divulgado, não pode ser tida como causadora de dano moral ao trabalhador, já que não viola sua imagem, honra ou respeitabilidade.

4. Na realidade, a orientação jurisprudencial que impõe o pagamento de indenização pelo simples uso de logomarca no uniforme veio a criar vantagem econômica sem base legal, na modalidade de participação comercial do ganho patronal com patrocinadores, utilizando dispositivo constitucional de caráter genérico, como se as características do uniforme devessem ser discutidas e aprovadas pelo empregado, mesmo que não ofensivas a quem quer que seja. E nem se pode falar de exploração da imagem do trabalhador nesse caso, que só ocorre com profissionais de fama, como artistas, modelos, atletas e assemelhados.

5. Diante da nítida manifestação de ativismo judicial estampada na referida jurisprudência criadora de direito, em detrimento do princípio republicano e democrático da separação dos Poderes do Estado, a Lei 13.467/17 veio a deixar claro, em relação à temática, que "cabe ao empregador definir o padrão de vestimenta no meio ambiente laboral, sendo lícita a inclusão no uniforme de logomarcas da própria empresa ou de empresas parceiras e de outros itens de identificação relacionados à atividade desempenhada" (CLT, art. 456-A).

6. Assim, diante da existência de norma legal expressa disciplinando a matéria, não se pode esgrimir jurisprudência calcada em princípios genéricos, interpretados ampliativamente para criar direito sem base legal específica, restando, portanto, superada pela reforma de 2017.

7. Por outro lado, não se pode pretender a existência de direito adquirido à indenização, com respaldo na referida orientação jurisprudencial, na medida em que, na clássica definição de direito adquirido de Gabba, "é adquirido cada direito que é consequência de um fato idôneo a produzi-lo, em virtude da lei do tempo no qual o fato se consumou, embora a ocasião de fazê-lo valer não se tenha apresentado antes da atuação de uma lei nova em torno do mesmo". Ou seja, a questão do direito adquirido é uma questão de direito intertemporal, no sentido do confronto entre lei antiga e lei nova, e não de lei nova e jurisprudência antiga criadora de direito.

8. Assim sendo, não se vislumbrando violação do art. 5º, X, da CF, especialmente diante da licitude da conduta patronal, que não atenta contra a imagem do trabalhador, é de não se conhecer do apelo obreiro.

**Recurso de revista não conhecido.** (BRASIL, 2020h, p. 1)

Outro ponto abordado é o de que deve haver um equilíbrio entre os direitos constitucionalmente protegidos que são o direito de imagem e o direito da liberdade da iniciativa econômica, desse modo, se o empregado tiver notoriedade, colocando valor aos produtos da empresa, caberá indenização pelo uso de sua imagem sem autorização ou compensação pecuniária, mas caso seja um empregado sem notoriedade caberia indenização somente se houvesse uso comercial indevido e associação a conteúdos vexatórios. Essa turma, não entende a aplicabilidade do artigo 20 do Código Civil e nem o fim comercial no uso de uniforme com logomarcas de produtos de outras empresas comercializados pelo empregador, pois defende que ao ser contratado o empregado concorda com as condições estipuladas pelo empregador.

**RECURSO DE REVISTA INTERPOSTO PELO RECLAMANTE. ACÓRDÃO REGIONAL PUBLICADO NA VIGÊNCIA DA LEI Nº 13.015/2014 E ANTES DA VIGÊNCIA DA LEI Nº 13.467/2017. DANO MORAL. DIREITO DE IMAGEM. UTILIZAÇÃO DE UNIFORME COM LOGOMARCA DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS. NÃO OCORRÊNCIA. INDENIZAÇÃO INDEVIDA. CONHECIMENTO E NÃO PROVIMENTO. I. O Direito de imagem é um direito autônomo, que abrange**

a imagem-retrato, como a representação das características físicas da pessoa natural, e a imagem-atributo, considerado o reconhecimento social das características da pessoa. De um lado, qualquer pessoa tem direito de preservar sua imagem do uso comercial indevido ou da associação com conceitos vexatórios ou humilhantes. Trata-se, neste caso, da tutela constitucional do direito estático de imagem. Por outro lado, para as pessoas com notoriedade, surge o direito dinâmico de imagem, pelo qual a pessoa famosa pode explorar ativamente sua imagem, por contrato de cessão. As normas constitucionais de direitos fundamentais têm por objetivo a vida digna, sendo o Direito do Trabalho importante instrumento em relação aos trabalhadores subordinados. A Constituição igualmente garante a liberdade em todas suas expressões e de maneira mais ampla, inclusive a liberdade de iniciativa econômica (CF, art. 1º, inc. IV; art. 170, caput). Em razão disso, é preciso fazer balanceamento de direitos, a fim de compatibilizar a proteção do direito de imagem do empregado e do direito de livre iniciativa da empresa. Para tanto, o empregado com fama e notoriedade deve ter proteção jurídica de seu direito dinâmico de imagem, pois agrega valor aos produtos da empresa, como ocorre com os modelos, manequins, artistas, atletas etc., pois em relação a eles existe uma esfera de iluminabilidade na qual se colocam espontaneamente por interesses profissionais. Já para os empregados comuns (sem notoriedade), a proteção recai sobre o direito estático de imagem, não podendo haver uso comercial indevido da imagem-retrato, nem associação com marcas de conteúdo vexatório, o que afetaria a imagem-atributo. Há, contudo, uma zona de neutralidade na relação de emprego, na qual o empregado deve submeter-se ao poder diretivo e regulamentar do empregador, responsável pelo sucesso e pelos riscos da atividade econômica, sendo lícita a exigência do uso de uniformes, seja com a marca do empregador, seja com marcas de empresas parcerias que, direta ou indiretamente, viabilizam a atividade econômica na qual o trabalho se insere. Ressalte-se que não há necessidade de autorização expressa para o uso do uniforme contendo logomarca dos produtos comercializados, pois, ao ser contratado, o empregado adere a todas as condições estabelecidas pela empresa (inclusive, ao uso do uniforme). Ademais, os trabalhadores no comércio têm o salário garantido e proporcional às vendas dos produtos vinculados no uniforme, seja pelo recebimento de comissões, quando for o caso, seja pelos benefícios indiretos pelo sucesso da atividade econômica. Logo, ao promover os produtos comercializados pelo empregador, com a finalidade de vendê-los, o empregado já está sendo remunerado pelo salário recebido. (...)V. **Recurso de revista de que não se conhece** (BRASIL, 2020i, p. 1)

Na 5ª Turma, o relator pontua que deve ser aplicado o artigo 456-A da CLT, por o uso de uniforme com logomarca tendo em vista que está inserido no exercício da atividade empresarial, mas julgou com base na jurisprudência majoritária da SBDI-1:

Considerando a necessidade de se adequar o Direito do Trabalho à nova realidade social e suas recentes configurações empresariais, a Lei nº 13.467/17, em seu artigo 456-A, através de uma interpretação autêntica da matéria, expressamente reconheceu a lícitude na utilização de logomarcas, in verbis: "Cabe ao empregador definir o padrão de vestimenta no meio ambiente laboral, sendo lícita a inclusão no uniforme de logomarcas da

própria empresa ou de empresas parceiras e de outros itens de identificação relacionados à atividade desempenhada". Releva, por oportuno, notar que, nas relações modernas, novas ações se fazem necessárias para o desempenho da atividade lucrativa, dentre elas, a existência de contratos de parceria, nos quais empresas se unem, a fim de diversificar suas marcas, valendo-se de utilização de logomarcas ligadas ao próprio ramo da atividade empresarial. Nessa perspectiva, não há como se caracterizar a existência de dano moral pela utilização de vestimentas, pelos empregados, com logomarcas de empresas parceiras. É que, a utilização desses uniformes, representa, na realidade, nítida vantagem para o empregado, na medida em que incrementa suas vendas e, em contrapartida, obtém vantagem salarial. Desse modo, vedar a utilização de uniforme, com divulgação de marcas, implicaria tolher o próprio exercício da atividade empresarial. Sobressai, portanto, a convicção de que a exploração de mão de obra, com a veiculação publicitária de logomarcas por meio de camisetas, não viola a imagem do empregado e, por consequência, a dignidade da pessoa humana. Nesse sentido, esta egrégia 5ª Turma, no julgamento do Processo nº RR-362-89.2016.5.13.0022, na sessão do dia 14/03/2018, firmou o entendimento de que a utilização de camisas contendo propaganda de marcas de fornecedores, por si só, não acarreta nenhum dano à imagem do empregado, a ensejar reparação a título de danos morais. Ocorre que, malgrado o entendimento deste Relator e desta Turma, a jurisprudência majoritária da SBDI-1 desta Corte entende que a utilização de uniformes com logomarcas de empresas fornecedoras e/ou patrocinadoras do empregador, sem o consentimento do empregado e sem a devida contrapartida monetária pelo serviço prestado, enseja o pagamento de indenização por danos morais, nos termos do art. 5º, X, da CF, em virtude dos fins econômicos explorados pelo empregador e da vantagem comercial obtida pela reclamada com a inserção destas marcas. De acordo com o referido entendimento, a empresa, ao obrigar que seus empregados utilizem uniformes ou camisetas com a logomarca dos produtos vendidos, sem compensação pecuniária, está, na verdade, se utilizando indevidamente da imagem do trabalhador para a obtenção de vantagem econômica, extrapolando os limites do seu poder diretivo. Nessa diretriz, invocava-se, inclusive, a aplicação analógica da Súmula 403 do STJ, segundo a qual "independe de prova de prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais". (BRASIL, 2020j, p. 6)

Na 8ª turma, o indeferimento da indenização ocorreu no primeiro caso por estar exposto nos autos que o empregado recebia por comissão, desta forma entende-se que teve compensação pecuniária pelo uso de sua imagem no uniforme com logomarca e o segundo caso constava-se nos autos que o uniforme era discreto e não possuía estímulo ao consumo, desta forma pontuou a validade da jurisprudência majoritária do SBDI -1, mas inaplicável nesse caso que não houve demonstração do fim comercial.

**DANOS MORAIS – CAMISETAS COM LOGOMARCAS E PROPAGANDAS – COMISSÕES POR VENDAS – USO INDEVIDO DA IMAGEM – NÃO CARACTERIZAÇÃO**

Não há falar em prejuízo ou uso abusivo da imagem, se a utilização de camisetas com logomarcas e propagandas de produtos vendidos pela Reclamada se dá no interesse do próprio trabalhador, que percebe comissões por vendas. Julgado de Turma do Eg. TST.

**Recurso de Revista não conhecido.** (BRASIL, 2020g, p. 1)

**AGRAVO DE INSTRUMENTO EM RECURSO DE REVISTA. 1. DANO MORAL. USO DA IMAGEM.** Segundo consta do acórdão regional, a indenização por dano moral postulada lastreou-se na utilização pelo empregado de uniforme com a logomarca do empregador e de alguns fornecedores. Nesse aspecto, registrou aquela Corte que o uniforme utilizado era discreto e não continha nenhuma forma de estímulo ao consumo, razão pela qual concluiu o Tribunal de origem que não houve utilização da imagem do autor para fins comerciais, e, portanto, não existiu abuso do poder diretivo patronal. Incólume o art. 20 do CC. Aresto inespecífico. Incidência das Súmulas nºs 126 e 296 do TST. (BRASIL, 2020k, p. 1)

Com a inclusão do artigo 456-A na CLT a tendência é de cada vez mais os processos ajuizados após a reforma trabalhista somente considere tal artigo ao julgar sobre o direito de imagem do empregado que é obrigado a utilizar uniforme com logomarca de outras empresas, mas um grande contraponto a aplicabilidade desse artigo, além da jurisprudência consolidada, é a aplicação do direito fundamental de imagem, constitucionalmente protegido possuindo status de cláusula pétrea.

No cenário jurisprudencial atual tem-se dificuldade de estabelecer qual entendimento sobre o uso de uniforme com logomarcas dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador será seguido pelo TST daqui pra frente, se será respeitado o direito da personalidade do empregado estabelecendo a inconstitucionalidade do artigo 456-A e aplicando-se a indenização por danos morais caso sua expressa autorização não seja observada ou se será priorizado o poder diretivo do empregador, aplicando-se o que estipula o artigo inserido pela reforma trabalhista. Necessário, portanto, futuras pesquisas e acompanhamento do entendimento do Tribunal Superior do Trabalho para se concluir se tal divergência será solucionada e qual posicionamento será priorizado.

## **6 CONCLUSÃO**

O presente artigo teve como objetivo analisar a questão do uso do uniforme com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador, e consequentemente a possibilidade de indenização por dano moral ao empregado. Dessa forma, o estudo abordou sobre o direito fundamental, direito da personalidade, direito de imagem e sua aplicação na relação de emprego, conceituou-se sobre tal relação de emprego bem como sobre a subordinação jurídica e o poder diretivo do empregador, para assim, finalmente, verificar qual veem sendo o entendimento das jurisprudências do Tribunal Superior do Trabalho sobre a configuração da indenização por danos morais em caso do uso de uniforme com logomarcas de outras empresas comercializadas pelo empregador.

Tendo como base doutrinas, artigos científicos, publicações de revistas acadêmicas, da legislação brasileira e dos acórdãos predominantes que foram julgados em 2019/2020, conclui-se que o uso de uniformes com a logomarca dos produtos de outras empresas comercializados pelo empregador constitui limitação ao direito fundamental de imagem do empregado, tendo em vista que é usada com um fim comercial e devido a isso deve ter a autorização expressa do titular do direito conforme artigo 5º, inciso X da Constituição Federal e o artigo 20 do Código Civil, sendo cabível indenização por dano moral.

Observa-se, ainda, que o artigo 456-A da CLT, nem mesmo definiu qual seria os limites das propagandas na vestimenta do empregado, incluindo tal escolha na cota do poder diretivo do empregador sem ao menos necessitar da autorização do empregado e excluindo a aplicabilidade do artigo 20 do Código Civil que configura direito constitucional implícito, ou seja, norma infraconstitucional, porém que especifica um direito protegido e reconhecido pela Constituição Federal.

## **REFERÊNCIAS**

ANAMATRA. **Enunciados aprovados na 2ª jornada de Direito Material e Processual do Trabalho**. Brasília, DF: Associação Nacional Dos Magistrados Da Justiça Do Trabalho, 2017. Disponível em: <http://www.jornadanacional.com.br/listagem-enunciados-aprovados-vis1.asp>. Acesso em: 26 set. 2020.

BARROS, Alice Monteiro de. **Curso de direito do trabalho**. São Paulo: LTr, 2016.

BARROSO, Luís Roberto. **Curso de direito constitucional contemporâneo: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo**. 9. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

BITTAR, Carlos Alberto. **Os direitos da personalidade**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, de 05 de outubro de 1988. *In: Vade mecum juspodivm*: 2019. 5. ed. Salvador: JusPodivm, 2019a.

BRASIL. Decreto-Lei 5,452, de 1º de maio de 1943. Aprova a consolidação das leis trabalhistas. *In: Vade mecum juspodivm*: 2019. 5. ed. Salvador: JusPodivm, 2019b.

BRASIL. Lei 10,406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o código civil. *In: Vade mecum juspodivm*: 2019. 5. ed. Salvador: JusPodivm, 2019c.

BRASIL, Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 10964-12.2013.5.01.0077 da 1ª Turma, Rel. Min. Luiz José Dezena Da Silva, Brasília, 2 out. 2019. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=210978&anoInt=2017>. Acesso em: 10 out. 2020a.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 2961-26.2013.5.15.0062 da 3ª Turma, Rel. Min. Alexandre Agra Belmonte, Brasília, 6 nov. 2019. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=277646&anoInt=2019>. Acesso em: 10 out. 2020b.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 1001937-73.2017.5.02.0059 da 2ª Turma, Rel. Min. Delaíde Miranda Arantes, Brasília, 12 nov. 2019. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=218245&anoInt=2019>. Acesso em: 10 out. 2020c.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 1581-82.2017.5.13.0029 da 3ª Turma, Rel. Min. Alberto Bresciani, Brasília, 11 set. 2019. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=114199&anoInt=2019>. Acesso em: 10 out. 2020d.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 1954-07.2013.5.12.0054 da 2ª Turma, Rel. Min. Maria Helena Mallmann, Brasília, 12 nov. 2019. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=195386&anoInt=2015>. Acesso em: 10 out. 2020e.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 12304-12.2014.5.15.0062 da 2ª Turma, Rel. Min. José Roberto Freire Pimenta, Brasília, 24 abril 2019. Disponível em:

<http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=326459&anoInt=2018>. Acesso em: 10 out. 2020f.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 3-71.2017.5.13.0001 da 8ª Turma, Rel. Min. Maria Cristina Irigoyen Peduzzi, Brasília, 31 jan. 2019j. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=143625&anoInt=2018>. Acesso em: 11 out. 2020g.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 305-75.2015.5.05.0492 da 4ª Turma, Rel. Min. Ives Gandra Martins Filho, Brasília, 19 jun. 2020. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=181236&anoInt=2018>. Acesso em: 20 ago. 2020h.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 1215-06.2014.5.05.0018 da 4ª Turma, Rel. Min. Alexandre Luiz Ramos, Brasília, 6 maio 2020. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=156714&anoInt=2018>. Acesso em: 28 agosto 2020i.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 77-27.2014.5.05.0463 da 5ª Turma, Rel. Min. Breno Medeiros, Brasília, 24 jun. 2020. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=89822&anoInt=2020>. Acesso em: 28 ago. 2020j.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista**. Indenizações por danos morais. Recurso de Revista nº 1000604-42.2018.5.02.0612 da 8ª Turma, Rel. Min. Dora Maria da Costa, Brasília, 6 maio 2020. Disponível em: <http://aplicacao4.tst.jus.br/consultaProcessual/resumoForm.do?consulta=1&numeroInt=318577&anoInt=2019>. Acesso em: 28 agosto 2020k.

CASSAR, Vólia Bomfim. **Direito do trabalho**. 14. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2017.

CJF. **Enunciado nº 4 aprovado na I Jornada de Direito Civil**. Brasília, DF: Conselho Da Justiça Federal, 2002. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/650>. Acesso em: 05 set. 2020a.

CJF. **Enunciado nº 139 aprovado na III Jornada de Direito Civil**. Brasília, DF: Conselho Da Justiça Federal, 2005. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/222>. Acesso em: 05 set. 2020b.

CJF. **Enunciado nº 274 aprovado na IV Jornada de Direito Civil**. Brasília, DF: Conselho Da Justiça Federal, 2006. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/219>. Acesso em: 05 set. 2020c.

CORREIA, Alessandra Dantas Camilo. Fardamento como veículo de propaganda: necessidade de fixação de limites na autorização pelo empregado. **Revista**

**eletrônica do Tribunal Regional do Trabalho da Bahia**, Salvador, ano 4, n. 6, 6 jul. 2015. Disponível em: [https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/20.500.12178/146432/2015\\_correia\\_ales\\_sandra\\_fardamento\\_veiculo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/20.500.12178/146432/2015_correia_ales_sandra_fardamento_veiculo.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 10 jun. 2020.

DELGADO, Mauricio Godinho; DELGADO, Gabriela Neves. **A reforma trabalhista no Brasil**: com os comentários à Lei n. 13.467/2017. São Paulo: LTr, 2017.

DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de direito do trabalho**: obra revista e atualizada conforme a lei da reforma trabalhista e inovações normativas e jurisprudenciais posteriores. 18. ed. São Paulo: LTr, 2019.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro**: teoria geral do direito civil. 30. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. v. 1.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA, Rodolfo Filho. **Novo curso de direito civil**: parte geral. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. v. 1.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA, Rodolfo Filho. **Novo curso de direito civil**: parte geral. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2019. v. 1.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Coleção direito civil brasileiro**. 18. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. v.1.

JOÃO, Paulo Sergio. Obrigação recíproca do direito de imagem nas relações de trabalho. **ConJur**. 18 novembro 2016. 08h02. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2016-nov-18/reflexoes-trabalhistas-obrigacao-reciproca-direito-imagem-relacoes-trabalho>. Acesso em: 08 set. 2020.

JORGE NETO, Francisco Ferreira; CAVALCANTE, Jouberto de Quadros Pessoa. **Direito do trabalho**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

LEITE, Carlos Henrique Bezerra. **Curso de direito do trabalho**. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

LEWISKI, Luiz Matheus. **Uso de logomarcas no uniforme do empregado**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

MARMELSTEIN, George. **Curso de direitos fundamentais**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

MARTINEZ, Luciano. **Curso de direito do trabalho**. 11. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

PAULA, Hilda Maria Francisca de. Padrão de vestimenta e uniforme: limites entre o poder empregatício e os direitos de personalidade do trabalhador. **Revista do Tribunal Regional do Trabalho da 10ª Região**, Brasília, v. 22, n.1, jun. 2018.

Disponível em: <https://juslaboris.tst.jus.br/handle/20.500.12178/142655>. Acesso em: 26 set. 2020.

RENZETTI, Rogério. **Direito do trabalho**. 4. ed. São Paulo: Forense; São Paulo: Método, 2018.

SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. **Curso de direito constitucional**. 8. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

TARTUCE, Flávio. **Direito civil**: lei de introdução e parte geral. 15. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019. v. 1.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito civil**: volume único. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2018.

VENOSA, Silvio de Salvo. **Direito civil**: parte geral. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2017. v. 1.