

HONORÁRIOS DE ADVOGADO

CONDENAÇÃO DA PARTE VENCIDA

Recurso	Ap .
Tribunal	STJ
Relator	Franciulli Netto

FOTOGRAFIAS VINCULADAS EM ENCARTES PUBLICITÁRIOS — QUANDO ENSEJA DANOS MATERIAIS E NÃO MORAIS

RESUMO

- Pelo que se verifica, a recorrente, modelo profissional, teve sua imagem utilizada em encartes promocionais de produtos da recorrida, Avon Cosméticos Ltda., em campanhas nacionais, bem como no Peru, Chile e El Salvador, conforme documentam os autos, bem como depois do prazo contratado. - O acórdão, não unânime, do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, manteve a sentença que determinou a reparação dos danos materiais e morais. - Interposto recurso de embargos infringentes, foi mantida a condenação pelos danos materiais e negada a indenização por danos morais. - O eminente Relator. Des. Franciulli Netto, hoje Ministro desta Corte, assim fundamentou sua decisão: «Não emergiram dos autos elementos no sentido de que as fotografias artísticas veiculadas no estrangeiro (Peru, Chile e El Salvador) macularam a imagem da autora ou de qualquer impingiram-lhe dor moral, tampouco qualquer espécie de constrangimento. A indenização por dano moral visa a 1. compensar a dor moral causada; 2. punir o ofensor; 3. intimidar ou desestimular o ofensor e a sociedade a cometerem atos que tais. Na espécie, o primeiro requisito não se faz presente. Ao reverso, a imagem da autora foi reproduzida absolutamente dentro do contexto da atividade a que se dedica, como modelo profissional. Segundo os próprios termos da inicial, a autora, conhecida no meio artístico como Cida Costa ou Cida Costha, «é modelo-atriz prestigiada pelas melhores agências do Brasil. Integrante do seleto mundo das tops models, sua beleza foi premiada com o Leão de Ouro no festival publicitário de Cannes-França, com o comercial «mãe e filha», para Phebo. Na mesma época, em dezembro de 1988, foi escolhida A Garota Playboy 89» vencendo as modelos e atrizes que capearam a revista naquele ano, entre as quais foram citadas Isadora Ribeiro, Hortência, Luma de Oliveira e Lúcia Veríssimo (fls.). Ora, nos termos das fartas ilustrações que instruíram a inicial, não se pode dizer que com a veiculação das fotos da embargada no exterior tenha a embargada sofrido ofensa em seu direito à inviolabilidade, à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem, posto que, quanto à última, foi a própria embargada que a comercializou. Nesse diapasão, não se consegue enxergar, sequer vislumbrar, qual a dor moral, a sensação desagradável, o padecimento, o temor, o prejuízo psicológico, impostos à pessoa da autora, a merecer reparação que não a material. Esta, insista-se, é devida, mas se aditada à indenização moral, haverá sem dúvida enriquecimento sem causa da autora, que apenas foi vítima de danos materiais, posto não ter sofrido nenhuma lesão em sua honra ou invasão em sua privacidade. Convém repetir que diferente poderia ser o enfoque do problema se a imagem da embargada tivesse sido veiculada de forma grotesca ou vexatória, o que não se deu na espécie. O dano moral, a exemplo do dano material, deve ser comprovado de forma efetiva, «sendo imprescindível averiguar a ofensa a um bem jurídico» (cf Ap. Cív. 270.952-1, de São Paulo, TJESP, J. em 23/10/96, Rel. Des. Leite Cintra). Assim, o que houve foi ação culposa da ré, apta a gerar a devida indenização, por transgressão de direitos de uso de imagem, no campo estritamente material» (fls.). - Não se discute, aqui, a necessidade de demonstração do prejuízo na utilização da imagem, sem a devida autorização. Como já decidiu esta Corte, a referida demonstração é desnecessária, uma vez que o direito à imagem qualifica-se como de caráter persona líssimo, «por proteger o interesse que tem a pessoa de opor-se à divulgação dessa imagem, circunstâncias concernentes à sua vida privada» (Resp 267.529-RJ, Rel. Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira, DJ de 18/12/2000). - No caso dos

autos, a autora é modelo profissional e participou de campanhas promovidas pela ré, ora recorrida. Suas fotografias, expostas no Brasil e no exterior, ao invés de maculá-la, ou prejudicar sua atividade, promoveram sua imagem, projetando-a internacionalmente como modelo profissional. Como salientado no acórdão atacado, situação diferente seria «se a imagem da recorrente tivesse sido veiculada de forma grotesca ou vexatória», o que não ocorreu. - MARCUS GERALDO PORTO DE OLIVEIRA, em sua obra «Dano Moral Proteção Jurídica da Consciência», afirma: «A ofensa à imagem é aferível de maneira simples. Basta verificar se a imagem da pessoa foi abalada com a agressão, no meio social em que vive» (obra citada, pág. 181). RUI STOCO sustenta: «Não é a imagem em si mesma que recebe proteção. ALFREDO

EMENTA

O uso de imagem para fins publicitários, sem autorização, pode caracterizar dano moral se a exposição é feita de forma vexatória, ridícula ou ofensiva ao decoro da pessoa retratada. A publicação das fotografias depois do prazo contratado e a vinculação em encartes publicitários e em revistas estrangeiras sem autorização não enseja danos morais, mas danos materiais.