

# Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.772.593 - RS (2018/0264269-0)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI  
RECORRENTE : FERNANDO KARST DE OLIVEIRA  
ADVOGADO : THIAGO FARIAS NEIBERT E OUTRO(S) - RS079382  
RECORRIDO : TOYOTA DO BRASIL LTDA  
ADVOGADO : ÊNIO ROBERTO GONÇALVES FERREIRA - RS026993

## EMENTA

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE COMPENSAÇÃO DE DANO MORAL. JULGAMENTO: CPC/15.

1. Ação de compensação de dano moral ajuizada em 04/08/2016, da qual foi extraído o presente recurso especial, interposto em 26/06/2016 e atribuído ao gabinete em 05/11/2018.

2. O propósito recursal consiste em decidir sobre a configuração do dano moral pelo uso da imagem de torcedor de futebol para campanha publicitária de automóvel, enquanto ele se encontrava no estádio assistindo à partida do seu time.

3. Em regra, a autorização para uso da imagem deve ser expressa; no entanto, a depender das circunstâncias, especialmente quando se trata de imagem de multidão, de pessoa famosa ou ocupante de cargo público, há julgados do STJ em que se admite o consentimento presumível, o qual deve ser analisado com extrema cautela e interpretado de forma restrita e excepcional.

4. De um lado, o uso da imagem da torcida – em que aparecem vários dos seus integrantes – associada à partida de futebol, é ato plenamente esperado pelos torcedores, porque costumeiro nesse tipo de evento; de outro lado, quem comparece a um jogo esportivo não tem a expectativa de que sua imagem seja explorada comercialmente, associada à propaganda de um produto ou serviço, porque, nesse caso, o uso não decorre diretamente da existência do espetáculo.

5. Se a imagem é, segundo a doutrina, a emanção de uma pessoa, através da qual ela se projeta, se identifica e se individualiza no meio social, não há falar em ofensa a esse bem personalíssimo se não configurada a projeção, identificação e individualização da pessoa nela representada.

6. Hipótese em que, embora não seja possível presumir que o recorrente, enquanto torcedor presente no estádio para assistir à partida de futebol, tenha, tacitamente, autorizado a recorrida a usar sua imagem em campanha publicitária de automóvel, não há falar em dano moral porque o cenário delineado nos autos revela que as filmagens não destacam a sua imagem, senão inserida no contexto de uma torcida, juntamente com vários outros torcedores.

7. Recurso especial conhecido e desprovido.

# *Superior Tribunal de Justiça*

## ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Ministros da Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, na conformidade dos votos e das notas taquigráficas constantes dos autos, por unanimidade, conhecer e negar provimento ao recurso especial nos termos do voto da Sra. Ministra Relatora. Os Srs. Ministros Paulo de Tarso Sanseverino, Ricardo Villas Bôas Cueva, Marco Aurélio Bellizze e Moura Ribeiro votaram com a Sra. Ministra Relatora.

Brasília (DF), 16 de junho de 2020(Data do Julgamento)



MINISTRA NANCY ANDRIGHI  
Relatora

# Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.772.593 - RS (2018/0264269-0)  
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI  
RECORRENTE : FERNANDO KARST DE OLIVEIRA  
ADVOGADO : THIAGO FARIAS NEIBERT E OUTRO(S) - RS079382  
RECORRIDO : TOYOTA DO BRASIL LTDA  
ADVOGADO : ÊNIO ROBERTO GONÇALVES FERREIRA - RS026993

## RELATÓRIO

O EXMO. SR. MINISTRO NANCY ANDRIGHI (RELATOR):

Cuida-se de recurso especial interposto por FERNANDO KARST DE OLIVEIRA, fundado na alínea "a" do permissivo constitucional, contra acórdão do TJ/RS.

Ação: de compensação de dano moral, ajuizada por FERNANDO KARST DE OLIVEIRA em face da TOYOTA DO BRASIL LTDA, alegando uso indevido de imagem para fins comerciais.

Sentença: o Juízo de primeiro grau julgou improcedente o pedido.

Acórdão: o TJ/RS, à unanimidade, negou provimento à apelação interposta por FERNANDO KARST DE OLIVEIRA, nos termos da seguinte ementa:

APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. VEICULAÇÃO DE IMAGEM DO AUTOR EM COMERCIAL. FILMAGEM REALIZADA EM BAR DURANTE PARTIDA DE FUTEBOL. CONTEXTO QUE EVIDENCIA O CONSENSO DAQUELES INTEGRANTES NAS IMAGENS. AUSÊNCIA DE COMPROVAÇÃO OFENSA AOS DIREITOS DE PERSONALIDADE. DEVER DE INDENIZAR NÃO CONFIGURADO. IMPROCEDÊNCIA MANTIDA.

1. Versando a presente demanda sobre a perquirição acerca do dever do réu de indenizar o demandante, atrai-se, como pressuposto da reparação por danos morais, a conjugação dos elementos elencados nos artigos 186 e 927, ambos do Código Civil, quais sejam: conduta ilícita, o dano e o nexo de causalidade.

2. Não obstante, adentrando na análise substancial do caso concreto, trilha-se a cognição de que a pretensão autoral não encontra respaldo nas provas produzidas nos autos.

3. À evidência, o conjunto probatório não evidencia que, de forma inconteste, o uso da imagem do autor em comercial tenha sido desprovido de sua autorização, tampouco tenha lhe causado ofensa aos seus direitos de personalidade.

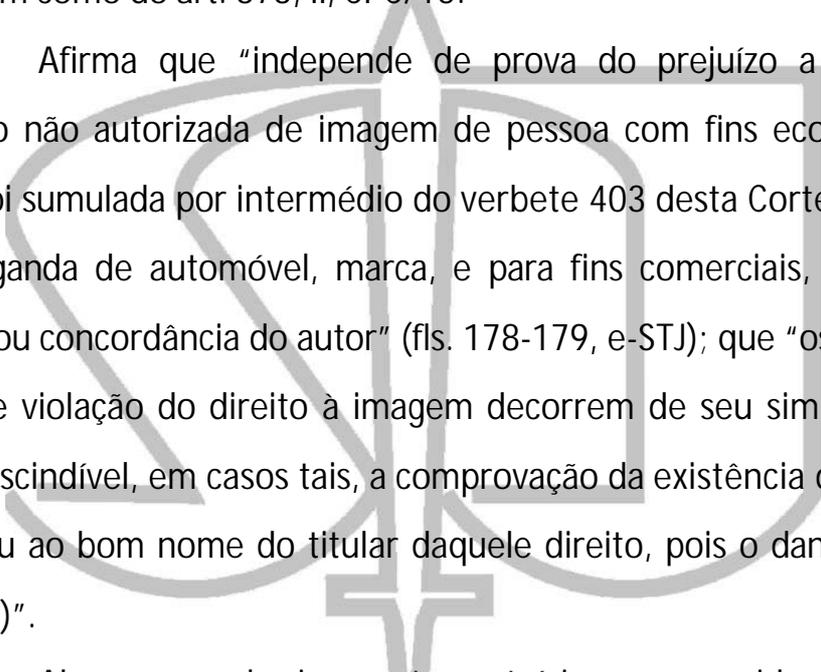
4. Considerando o contexto em que as imagens foram veiculadas e, ausente demonstração, com clareza, de que a veiculação de sua imagem tenha gerado o aludido dano, impõe-se a manutenção da sentença de improcedência.

# Superior Tribunal de Justiça

5. Majoração dos honorários sucumbenciais, à luz do que dispõe o artigo 85, §11, do CPC.  
SENTENÇA MANTIDA. APELAÇÃO DESPROVIDA.

Embargos de declaração: opostos por ambas as partes, tendo sido acolhidos os da TOYOTA DO BRASIL LTDA e acolhidos, em parte, os de FERNANDO KARST DE OLIVEIRA, ambos para corrigir erros materiais, sem efeitos infringentes.

Recurso especial: aponta violação dos arts. 20, 186 e 927, do CC/02, bem como do art. 373, II, CPC/15.

Afirma que “independe de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos”; que “a matéria foi sumulada por intermédio do verbete 403 desta Corte”; que “se tratava de propaganda de automóvel, marca, e para fins comerciais, e, não houve (...) anuência ou concordância do autor” (fls. 178-179, e-STJ); que “os danos morais em virtude de violação do direito à imagem decorrem de seu simples uso indevido, sendo prescindível, em casos tais, a comprovação da existência de prejuízo efetivo à honra ou ao bom nome do titular daquele direito, pois o dano é *in re ipsa*” (fl. 181, e-STJ)”.

Alega que “caberia a parte contrária, ora recorrida, trazer a prova que iria desconstituir o direito do autor”, seja “a sua assinatura, declarando de forma expressa o seu consentimento da aparição de sua imagem no comercial televisivo (...) ou alguma prova de que o ora insurgente era cômico de que tratava-se esta filmagem de peça publicitária” (fl. 182, e-STJ).

Pleiteia, ao final, “seja reformado *in totum* decisum hostilizado, com corolário lógico, de julgar procedente a causa, porquanto de acordo com a jurisprudência mansa deste Tribunal” (fl. 183, e-STJ).

Juízo prévio de admissibilidade: o TJ/RS admitiu o recurso.

É o relatório.

# Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.772.593 - RS (2018/0264269-0)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI

RECORRENTE : FERNANDO KARST DE OLIVEIRA

ADVOGADO : THIAGO FARIAS NEIBERT E OUTRO(S) - RS079382

RECORRIDO : TOYOTA DO BRASIL LTDA

ADVOGADO : ÊNIO ROBERTO GONÇALVES FERREIRA - RS026993

## EMENTA

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE COMPENSAÇÃO DE DANO MORAL. JULGAMENTO: CPC/15.

1. Ação de compensação de dano moral ajuizada em 04/08/2016, da qual foi extraído o presente recurso especial, interposto em 26/06/2016 e atribuído ao gabinete em 05/11/2018.

2. O propósito recursal consiste em decidir sobre a configuração do dano moral pelo uso da imagem de torcedor de futebol para campanha publicitária de automóvel, enquanto ele se encontrava no estádio assistindo à partida do seu time.

3. Em regra, a autorização para uso da imagem deve ser expressa; no entanto, a depender das circunstâncias, especialmente quando se trata de imagem de multidão, de pessoa famosa ou ocupante de cargo público, há julgados do STJ em que se admite o consentimento presumível, o qual deve ser analisado com extrema cautela e interpretado de forma restrita e excepcional.

4. De um lado, o uso da imagem da torcida – em que aparecem vários dos seus integrantes – associada à partida de futebol, é ato plenamente esperado pelos torcedores, porque costumeiro nesse tipo de evento; de outro lado, quem comparece a um jogo esportivo não tem a expectativa de que sua imagem seja explorada comercialmente, associada à propaganda de um produto ou serviço, porque, nesse caso, o uso não decorre diretamente da existência do espetáculo.

5. Se a imagem é, segundo a doutrina, a emanção de uma pessoa, através da qual ela se projeta, se identifica e se individualiza no meio social, não há falar em ofensa a esse bem personalíssimo se não configurada a projeção, identificação e individualização da pessoa nela representada.

6. Hipótese em que, embora não seja possível presumir que o recorrente, enquanto torcedor presente no estádio para assistir à partida de futebol, tenha, tacitamente, autorizado a recorrida a usar sua imagem em campanha publicitária de automóvel, não há falar em dano moral porque o cenário delineado nos autos revela que as filmagens não destacam a sua imagem, senão inserida no contexto de uma torcida, juntamente com vários outros torcedores.

7. Recurso especial conhecido e desprovido.

# *Superior Tribunal de Justiça*

RECURSO ESPECIAL Nº 1.772.593 - RS (2018/0264269-0)  
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI  
RECORRENTE : FERNANDO KARST DE OLIVEIRA  
ADVOGADO : THIAGO FARIAS NEIBERT E OUTRO(S) - RS079382  
RECORRIDO : TOYOTA DO BRASIL LTDA  
ADVOGADO : ÊNIO ROBERTO GONÇALVES FERREIRA - RS026993

## VOTO

O EXMO. SR. MINISTRO NANCY ANDRIGHI (RELATOR):

O propósito recursal consiste em decidir sobre a configuração do dano moral pelo uso da imagem de torcedor de futebol para campanha publicitária de automóvel, enquanto ele se encontrava no estádio assistindo à partida do seu time.

### DELINEAMENTO FÁTICO

1. É fato incontroverso que a imagem do recorrente, enquanto se encontrava em evento futebolístico, foi utilizada pela recorrida na campanha publicitária de um veículo.

2. Segundo consta dos autos, o recorrente, torcedor do Sport Club Internacional, foi ao estádio Parque Gigante para assistir a uma partida de futebol de seu time pela Copa Libertadores da América que lá estava sendo transmitida pelos telões.

3. Na ocasião, a recorrida realizou filmagens da torcida em que se encontrava o recorrente, cujas imagens foram veiculadas em canal de televisão e redes sociais com o fim de promover a divulgação do veículo Toyota Etios.

4. Afirma o recorrente “a não autorização da exposição da imagem”, o que lhe causou dano moral.

DO DANO MORAL POR VIOLAÇÃO DO DIREITO À IMAGEM

5. Sustenta o recorrente, em suas razões, que “não há prova nos autos de que o ora recorrente tenha consentido que suas imagens fossem veiculadas na TV, e, em redes sociais” (fl. 179, e-STJ) e que o ônus dessa prova é da recorrida.

6. A recorrida, por sua vez, afirma, em contrarrazões, que “o motivo principal da negativa da pretensão do Autor/Recorrente foi o reconhecimento de seu 'evidente consenso' à utilização das imagens” (fl. 193, e-STJ), defendendo a tese do consentimento tácito.

Do consentimento para o uso da imagem e do ônus da prova

7. A orientação jurisprudencial consolidada na súmula 403/STJ é no sentido de que independe de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais.

8. A regra, cabe ressaltar, é que essa autorização seja expressa; no entanto, a depender das circunstâncias, especialmente quando se trata de imagem de multidão, de pessoa famosa ou ocupante de cargo público, há julgados do STJ em que se admite o consentimento presumível, o qual deve ser analisado com extrema cautela e interpretado de forma restrita e excepcional (REsp 1.384.424/SP, Quarta Turma, julgado em 11/10/2016, DJe de 21/11/2016; REsp 801.109/DF, Quarta Turma, julgado em 12/06/2012, DJe de 12/03/2013).

9. A propósito, sobre a cessão da imagem, lecionam Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosendal:

A cessão, onerosa ou gratuita, de imagem deve ser interpretada restritivamente. Não cabe, na matéria, entender-se que a cessão abrange outras imagens ou outros veículos em relação aos quais não houve claro assentimento da vítima. (Curso de direito civil: responsabilidade civil. 5ª ed. Salvador: JusPodivm, 2018. p. 679 – grifou-se)

10. Nessa toada, ao examinar o chamado direito de arena, há muito se decidiu nesta Corte que: "O direito de arena que a lei atribui as entidades esportivas limita-se a fixação, transmissão e retransmissão do espetáculo desportivo público, mas não compreende o uso da imagem dos jogadores fora da situação específica do espetáculo, como na reprodução de fotografias para compor 'álbum de figurinhas'" (REsp 46.420/SP, Quarta Turma, julgado em 12/09/1994, DJ de 05/12/1994).

11. Na ocasião do julgamento, consignou o Relator, i. Ministro Ruy Rosado de Aguiar, no voto condutor do acórdão:

Contudo, tal limitação feita ao direito [de imagem] do atleta deve ser interpretada restritivamente, excluindo do seu campo de incidência todas as demais situações onde a reprodução ou a divulgação da imagem não decorram diretamente da existência do espetáculo, pois o direito de arena se limita ao "próprio espetáculo que não pode ser fixado, transmitido ou retransmitido, sem autorização da entidade a que estiver vinculado o atleta" (José de Oliveira Ascensão – "Direitos dos outros intervenientes, além dos atletas, em caso de fixação, transmissão ou retransmissão de espetáculo desportivo público", Ver. De Dir. Civil, v. 35, pág. 24). No caso, a reprodução se deu em circunstâncias alheias ao espetáculo propriamente dito, há muito encerrado, ao qual se vinculava apenas como um efeito mediato. (grifou-se)

12. A mesma razão, com as devidas adaptações, pode ser aplicada à espécie.

13. Isso porque, embora se possa presumir, a partir das circunstâncias dos autos, o consentimento do torcedor de uso de sua imagem relacionado à situação específica do evento futebolístico, o mesmo não é possível fazer quanto à vinculação da imagem, com fins comerciais, à situação totalmente alheia àquele evento, como ocorre com a campanha publicitária de divulgação de um veículo.

14. É dizer, de um lado, o uso da imagem da torcida – em que aparecem vários dos seus integrantes – associada à partida de futebol, é ato plenamente esperado pelos torcedores, porque costumeiro nesse tipo de evento; de outro lado, quem comparece a um jogo esportivo não tem a expectativa de que sua imagem seja explorada comercialmente, associada à propaganda de um produto ou serviço, porque, nesse caso, o uso não decorre diretamente da existência do espetáculo.

15. Diante desse contexto, não é possível presumir, no particular, que o recorrente, enquanto torcedor presente no estádio para assistir à partida de futebol, tenha, tacitamente, autorizado a recorrida a usar sua imagem em campanha publicitária de automóvel.

16. Afastada, portanto, a presunção do consentimento no particular, cabe à recorrida fazer a prova do fato extintivo do direito do recorrente, seja para comprovar que detinha autorização do recorrente para a exploração comercial de sua imagem, seja para demonstrar que não houve o uso indevido da imagem.

17. No que tange à prova do consentimento, não há dúvidas de sua inexistência, considerando que a própria recorrida sustenta, como tese de defesa, que houve a “autorização tácita do Autor/Recorrente para a utilização de sua imagem” (fl. 193, e-STJ).

18. Falta, portanto, perquirir se o cenário descrito pelas instâncias ordinárias revela o uso indevido da imagem do recorrente.

#### Do uso indevido da imagem

19. De início, cabe ressaltar que o direito à imagem não é absoluto; assim como todos os demais direitos da personalidade, é socialmente condicionado, segundo os usos e costumes da sociedade.

20. Firmada essa premissa, tem-se, no particular, segundo narra o recorrente, que sua imagem foi vinculada à propaganda de um veículo e “aparece na peça publicitária nos segundos 05 e 06 e nos minutos 2:14 a 2:17” e “o filme comercial tem duração de 2 minutos e 48 segundos (prova carreada aos autos)” (fl. 176, e-STJ).

21. Ao analisar o referido vídeo, consignou o Juízo de primeiro grau:

No caso em tela, a prova que temos nos autos mostra que a campanha publicitária foi desenvolvida num ambiente bastante restrito de torcedores do Sport Club Internacional, em que tanto a filmagem da campanha como as que foram juntadas pelo requerido, que são filmes que posteriormente deveriam por certo ter sido editados na campanha publicitária, mostram que havia uma integração daqueles que participavam do evento, no sentido de se expor às lentes dos que estavam trabalhando nas filmagens, inclusive participando junto com a jovem torcedora, que estaria protagonizando a campanha naquele momento. A participação da imagem do autor no evento foi muito rápida e vinculada a um evento futebolístico sem maiores consequências em relação à afetação da imagem das pessoas. A alegação de que estava em local sem avisar sua companheira, e que estranhamente habitou todas as iniciais que entraram contra este mesmo fato, demonstra que o autor vem buscar um pretexto para o convencimento de que teve problemas em face da veiculação da imagem.

(...)

O autor apareceu numa fração muito reduzida do tempo, de 1 a 3 segundos, no máximo 3 segundos na tela, onde configurava como um dos torcedores do clube dentro dessa proposta publicitária que estava envolvido. Assim, não vejo elementos nesse processo a ponto de reconhecer uma violação ao direito de imagem do autor a ponto de ensejar abalo ao seu direito de personalidade. (fls. 96-97, e-STJ).

22. O TJ/RS, igualmente, registrou e acrescentou o seguinte:

Outrossim, outro ponto a ser ponderado, nessa linha de considerações, é o fato de que, em conformidade com a própria tese da inicial, o demandante apareceu nas filmagens, de forma discreta, por uma fração extremamente reduzida de tempo (de um a três

segundos).

Aliás, nesse intervalo de tempo em que o autor indica ter aparecido (entre os minutos 2:14 e 2:17 do CD de fl. 09 e pen drive de fl. 17), como já salientado, o que pode se depreender é que há uma repentina aparição de vários torcedores num contexto da ambientação do local onde o clube realizava um evento, inexistindo, à luz das alegações vertidas pelo autor e pelas provas produzidas, condições de identificação concreta do requerente no vídeo. (fl. 135, e-STJ).

23. Como se vê, o cenário delineado nos autos revela que as filmagens não destacam a imagem do recorrente, senão inserida no contexto de uma torcida, juntamente com vários outros torcedores.

24. E se a imagem é, nas palavras de Sérgio Cavalieri Filho, a “emanação de uma pessoa, através da qual projeta-se, identifica-se e individualiza-se no meio social”, não há falar em ofensa a esse bem personalíssimo se não configurada a projeção, identificação e individualização indevida da pessoa nela representada.

24. Calha, quanto ao tema, a lição do mencionado jurista:

Não haverá, igualmente, violação à imagem se esta não for distinguível, como, por exemplo, fotografias ou imagens de multidão nas quais não há destaque de alguma pessoa ou de alguma característica marcante. (...)

Em suma, se a imagem for capturada no contexto do ambiente, aberto ao público, de forma que a imagem adira ao local (praia, apresentação esportiva, movimento de rua), ou a algum acontecimento (acidente, manifestação pública), nenhuma lesão haverá à imagem. (Programa de Responsabilidade Civil. 13ª ed. São Paulo: Atlas, 2019. p. 153 – grifou-se)

25. Na linha desse entendimento, é o escólio de Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald:

Nesse contexto – e para ficar num único exemplo –, não violam o direito à imagem fotos de lugares públicos, como praias e praças,

em que aparecem várias pessoas. É possível – só a análise concreta dirá – que, mesmo nesses locais, aja violação à imagem, se o fotógrafo destaca a imagem de alguém, porque nesse caso não é o local da captação que importa, mas a imagem captada (Obra citada. p. 680).

26. Logo, ainda que ausente o consentimento do recorrente, não há falar em exposição abusiva a configurar ofensa ao seu direito à imagem e, portanto, a caracterizar o alegado dano moral.

#### DA CONCLUSÃO

Forte nessas razões, CONHEÇO do recurso especial e NEGO-LHE PROVIMENTO.

Nos termos do art. 85, § 11, do CPC/15, considerando o trabalho adicional imposto ao advogado da recorrida em virtude da interposição deste recurso, majoro os honorários fixados anteriormente em seu favor de 12% (doze por cento) para 15% (quinze por cento) do valor da condenação.

**CERTIDÃO DE JULGAMENTO  
TERCEIRA TURMA**

Número Registro: 2018/0264269-0

**PROCESSO ELETRÔNICO REsp 1.772.593 / RS**

Números Origem: 00111601017228 00950199620188217000 01003064020188217000  
01561266020168210001 02027912120188217000 02830070320178217000  
1003064020188217000 111601017228 1561266020168210001 2027912120188217000  
2830070320178217000 70075188920 70077298073 70077350940 70078375797  
950199620188217000

PAUTA: 16/06/2020

JULGADO: 16/06/2020

**Relatora**

Exma. Sra. Ministra **NANCY ANDRIGHI**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro **MOURA RIBEIRO**

Subprocurador-Geral da República

Exmo. Sr. Dr. **OSNIR BELICE**

Secretário

Bel. **WALFLAN TAVARES DE ARAUJO**

**AUTUAÇÃO**

RECORRENTE : FERNANDO KARST DE OLIVEIRA  
ADVOGADO : THIAGO FARIAS NEIBERT E OUTRO(S) - RS079382  
RECORRIDO : TOYOTA DO BRASIL LTDA  
ADVOGADO : ÊNIO ROBERTO GONÇALVES FERREIRA - RS026993

ASSUNTO: DIREITO CIVIL - Responsabilidade Civil - Indenização por Dano Moral - Direito de Imagem

**CERTIDÃO**

Certifico que a egrégia TERCEIRA TURMA, ao apreciar o processo em epígrafe na sessão realizada nesta data, proferiu a seguinte decisão:

A Terceira Turma, por unanimidade, conheceu e negou provimento ao recurso especial, nos termos do voto da Sra. Ministra Relatora.

Os Srs. Ministros Paulo de Tarso Sanseverino, Ricardo Villas Bôas Cueva, Marco Aurélio Bellizze e Moura Ribeiro (Presidente) votaram com a Sra. Ministra Relatora.