

ARTIGO

**ASSÉDIO MORAL DERIVADA DAS PUBLICIDADES REALIZADAS PELOS EMPREGADOS NAS  
RELAÇÕES DE TRABALHO: ANÁLISE DOS IMPACTOS SOCIAIS E LEGAIS**

Aline Dias Silva Costa<sup>1</sup>

Clícia da Luz Paixão<sup>2</sup>

Emily Reis Alves Barreto<sup>3</sup>

Francislene Cavalcante Vasconcellos da Silva<sup>4</sup>

Larissa Teixeira Portela<sup>5</sup>

Paloma Cedro de Moraes<sup>6</sup>

Stela Santos Fiaes Vieira<sup>7</sup>

**RESUMO**

O presente trabalho buscou examinar o assédio moral no ambiente de trabalho durante a elaboração de publicidades, questionando: nesse contexto, como o assédio moral se manifesta na elaboração de publicidade no ambiente de trabalho? Tivemos como objetivo geral investigar as práticas de assédio moral relacionadas a essas atividades. Como objetivos específicos, buscamos analisar os contratos de trabalho, identificamos os casos de desvio de função, estudamos a influência das plataformas digitais nas relações laborais e avaliamos decisões judiciais relacionadas ao tema. Utilizamos do método hipotético-dedutivo combinado com uma pesquisa qualitativa, bibliográfica e documental. Desse modo, foram discutidos aspectos como a relação entre contratos de trabalho e assédio moral, a ascensão das plataformas digitais e sua influência no comércio, além de questões legais envolvendo a obrigatoriedade de participação em publicidades. Partimos da hipótese central que a imposição de participação em publicidades configura o desvio de função no ambiente de trabalho tem contribuído para a manifestação do assédio moral. Concluimos nesta pesquisa que a imposição de publicidade e propaganda pelo empregador sem previsão no contrato de trabalho e anuência do empregado configura assédio moral.

**Palavras-chave:** Assédio Moral. Ambiente de Trabalho. Publicidade. Desvio de Função. Direitos Trabalhistas.

**ABSTRACT**

The present work sought to examine moral harassment in the workplace during the preparation of advertisements, asking: in this context, how does moral harassment manifest itself in the preparation of advertising in the workplace? Our general objective was to investigate the practices of moral harassment related to these activities. As specific objectives, we seek to analyze employment contracts, identify cases of

---

Trabalho realizado pelos alunos do 10º semestre do Curso de Direito da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, Campus XIX, sob a orientação do professor Dr. José Araujo Avelino – E-mail: javelino@uneb.br

<sup>1</sup> Graduanda em Direito – E-mail: alinediascosta021@gmail.com

<sup>2</sup> Graduanda em Direito – E-mail: clicialuz01@gmail.com

<sup>3</sup> Graduanda em Direito – E-mail: emily.reis234@gmail.com

<sup>4</sup> Graduanda em Direito – E-mail: francislene\_1997@hotmail.com

<sup>5</sup> Graduanda em Direito – E-mail: larissaporttela21@gmail.com

<sup>6</sup> Graduanda em Direito – E-mail: palomaacedro@gmail.com

<sup>7</sup> Graduanda em Direito – E-mail: Stelasfvieira@gmail.com

misuse of functions, study the influence of digital platforms on labor relations and evaluate judicial decisions related to the topic. We use the hypothetical-deductive method combined with qualitative, bibliographic and documentary research. In this way, aspects such as the relationship between employment contracts and moral harassment, the rise of digital platforms and their influence on commerce were discussed, as well as legal issues involving the mandatory participation in advertising. We start from the central hypothesis that the imposition of participation in advertising constitutes the deviation of function in the work environment has contributed to the manifestation of moral harassment. We concluded in this research that the imposition of advertising by the employer without provision in the employment contract and the employee's consent constitutes moral harassment.

**Keywords:** Moral Harassment. Work Environment. Advertising. Function Deviation. Labor Rights.

## 1. INTRODUÇÃO

O ambiente de trabalho moderno, impulsionado pela crescente digitalização e pela busca incessante por visibilidade e engajamento, tem sido palco de desafios complexos que transcendem as relações tradicionais de emprego. A criação de conteúdo publicitário, em particular, emerge como um campo fértil para a análise das nuances do assédio moral, onde a tênue linha entre a liberdade criativa e a exploração da força de trabalho se torna cada vez mais turva.

Diante desse panorama, torna-se crucial analisar os desafios e as perspectivas para a prevenção e o combate ao assédio moral na criação de conteúdo publicitário, promovendo a conscientização e o respeito aos direitos trabalhistas em um cenário em constante transformação.

Este trabalho se propõe a investigar o fenômeno do assédio moral na criação de conteúdo publicitário, explorando suas manifestações, causas e impactos no contexto das relações de trabalho contemporâneas. Este artigo tem como objetivo geral investigar as práticas de assédio moral no ambiente de trabalho, especificamente durante a elaboração de publicidades, buscando compreender como este fenômeno se manifesta nesse contexto.

Delineiam-se como objetivos específicos: analisar os contratos de trabalho dos profissionais da área, averiguando a existência de cláusulas que prevejam a obrigatoriedade de participação em campanhas publicitárias e a natureza das atividades a serem desempenhadas; identificar casos de desvio de função

na elaboração de publicidades, examinando se os profissionais são compelidos a realizar tarefas que extrapolam suas atribuições e qualificações; investigar a influência das plataformas digitais nas relações laborais na área de publicidade, avaliando se a intensificação do trabalho, a pressão por resultados e a exposição online aumentam a vulnerabilidade dos profissionais ao assédio moral.

No primeiro capítulo, examinamos os elementos caracterizadores da relação de emprego, com foco no contrato de trabalho e seus deveres, buscando compreender como o desvio de função e o assédio moral podem se manifestar nesse contexto.

Em seguida, o segundo capítulo aborda a ascensão das plataformas digitais no comércio e seus impactos nas relações de trabalho, analisando a desvinculação do contrato de trabalho e a pressão para a produção de conteúdo, que podem levar a situações de assédio.

A partir da análise do arcabouço legal que rege as relações trabalhistas, visaremos compreender como o assédio moral se insere nesse cenário, comprometendo a dignidade e a saúde mental dos trabalhadores. Exploramos também as decisões dos tribunais e suas implicações legais, buscando identificar precedentes que contribuam para a construção de um ambiente de trabalho mais justo e seguro para os profissionais da área de publicidade.

Os resultados da pesquisa apontam que a imposição de atividades de publicidade e propaganda por parte do empregador, sem que haja previsão contratual e consentimento do empregado, configura assédio moral. Essa prática abusiva, caracterizada pela coação e pelo desvio de função, gera um ambiente de trabalho hostil e degradante, violando a dignidade e os direitos do trabalhador. A análise da jurisprudência evidencia a necessidade de se garantir o respeito às atribuições e à liberdade individual dos empregados, especialmente no contexto da crescente pressão por resultados e exposição nas plataformas digitais.

## **2. RELAÇÃO DE EMPREGO E OS ELEMENTOS CARACTERIZADORES**

Segundo Mauricio Godinho Delgado<sup>8</sup>, a relação de trabalho é uma expressão mais genérica, em que se refere a todas às relações jurídicas caracterizadas, por terem sua prestação essencial centrada em uma obrigação de fazer consubstanciada em labor humano.

---

<sup>8</sup> DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de Direito do Trabalho**. 18. ed. São Paulo: LTr, 2019, p. 333.

A relação de emprego é apenas uma das modalidades específicas de relação de trabalho juridicamente configuradas. Aludido vínculo corresponde a um tipo legal próprio e específico, que não se confunde com as demais modalidades de relação de trabalho ora vigorantes. O citado autor elucida que:

Não obstante esse caráter de mera espécie do gênero a que se filia, a relação de emprego tem a particularidade de também se constituir, do ponto de vista econômico-social, na modalidade mais relevante de pactuação de prestação de trabalho existente nos últimos duzentos anos, desde a instauração do sistema econômico contemporâneo, o capitalismo. Essa relevância socioeconômica e a singularidade de sua dinâmica jurídica conduziram a que se estruturasse em torno da relação de emprego um dos segmentos mais significativos do universo jurídico atual — o Direito do Trabalho<sup>9</sup>.

Assim, a relação de emprego possui elementos fundamentais, sem os quais a citada ligação não se configura. Para ser caracterizado uma relação de emprego, a prestação de trabalho deve ser executada: a) por pessoa física; b) com pessoalidade; c) com não eventualidade; d) com subordinação; e) com onerosidade;<sup>10</sup>

Em síntese: a) a prestação de serviços deve ser realizada por uma pessoa física, ou seja, a figura do trabalhador há de ser, sempre, uma pessoa natural; b) a relação jurídica pactuada deve ser *intuitu personae* em relação ao prestador de serviços, o qual não poderá fazer-se substituir intermitentemente por outro trabalhador, ao longo da concretização dos serviços pactuados; c) é preciso que o trabalho exercido tenha caráter de permanência (ainda que por um curto período determinado), não podendo ser um trabalho esporádico; d) o trabalho deve ter verbas contraprestativas pagas pelo empregador, em consequência da relação empregatícia pactuada; e) o empregado deve acolher o poder de direção empresarial no modo de realização de sua prestação de serviços.<sup>11</sup>

Luciano Martinez informa que, semelhantemente às demais relações jurídicas, a relação jurídica presente no vínculo empregatício possui alguns componentes, que são: sujeitos, vínculo de atributividade e objeto<sup>12</sup>

Os sujeitos podem ser compreendidos como o empregador e o empregado, os quais estão conceituados nos arts. 2º e 3º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), respectivamente<sup>13</sup>. O empregador é

<sup>9</sup> *Ibidem.*, p. 334

<sup>10</sup> *Ibidem.*, p. 337

<sup>11</sup> *Ibidem.*, p. 338-354

<sup>12</sup> MARTINEZ, Luciano. **Curso de Direito do Trabalho**. 11. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020, p. 242 e 243

<sup>13</sup> BRASIL. **Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943**. Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho. Brasília, DF, 1º mai. 1943. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm)>. Acesso em: 11 set. 2024.

conceituado como “a empresa, individual ou coletiva, que, assumindo os riscos da atividade econômica, admite, assalaria e dirige a prestação pessoal de serviço”, ao passo que o empregado é descrito como “toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário”.

Ademais, o vínculo de atributividade, que consegue ligar uma pessoa à outra, é necessariamente um contrato de emprego. Por fim, o objeto é o elemento em razão do qual a relação se constitui e sobre o, qual recaem às obrigações dos sujeitos ativo e passivo.

Em suma, os sujeitos contrapostos estabelecem que um deles oferecerá, mediante condução subordinada, sua força laboral, com pessoalidade e não eventualidade, em troca de uma contraprestação pecuniária assumida por outro. Logo, existe entre eles um negócio jurídico intitulado “contrato de emprego”.<sup>14</sup>

No tocante ao contrato de emprego, necessário se faz tecer algumas considerações pertinentes.

## **2.1. CONTRATO DE TRABALHO**

O conceito de contrato individual de trabalho está disposto na CLT, no art. 442, *in verbis*: “Contrato individual de trabalho é o acordo tácito ou expresso, correspondente à relação de emprego”.

De acordo com Luciano Martinez, o contrato de emprego é o negócio jurídico através do qual uma pessoa física (o empregado) obriga-se, de modo pessoal e intransferível, por meio do pagamento de uma contraprestação (remuneração), a prestar trabalho não eventual em proveito de outra pessoa, física ou jurídica (empregador), a qual assume os riscos da atividade desenvolvida e que subordina juridicamente o prestador<sup>15</sup>.

Outrossim, Mauricio Godinho Delgado conceitua o contrato de emprego como “o negócio jurídico expresso ou tácito mediante o qual uma pessoa natural obriga-se perante pessoa natural, jurídica ou ente despersonalizado a uma prestação pessoal, não eventual, subordinada e onerosa de serviços<sup>16</sup>.”

---

<sup>14</sup> MARTINEZ, Luciano. **Curso de Direito do Trabalho**. 11. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020, p. 258.

<sup>15</sup> *Ibidem.*, p. 259.

<sup>16</sup> DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de Direito do Trabalho**. 18. ed. São Paulo: LTr, 2019, p. 613.



Para além, conforme aludido autor<sup>17</sup>, o contrato de trabalho possui um conteúdo clausular de natureza complexa, com inúmeros direitos e obrigações de ambas às partes, porém com destaque especial para a grande variedade de direitos individuais trabalhistas de titularidade do trabalhador.

Nessa linha, elucida:

Tal peculiaridade do conteúdo contratual trabalhista, caracterizada por sua tendência à determinação heterônoma, vai além dos simples direitos individuais estabelecidos por norma imperativa em benefício do empregado. Atinge também diversos deveres impostos ao empregador, inclusive de natureza administrativa, além de deveres com respeito à gestão do estabelecimento e da empresa, que ostentam caráter sanitário, ambiental, de segurança e outras dimensões similares. O descumprimento desses deveres administrativos e ambientais do trabalho (que correspondem a verdadeiro conteúdo implícito do contrato de trabalho) pode gerar repercussões nitidamente contratuais, sem dúvida, em favor do próprio empregado; entretanto, pode também propiciar outras repercussões jurídicas, seja de caráter administrativo (autuações e multas de natureza administrativa), seja até mesmo de caráter indenizatório, em favor da comunidade mais ampla do que a simples realidade contratual bilateral (por exemplo, indenizações por danos morais coletivos)<sup>18</sup>

Em outras palavras, o contrato de trabalho viabiliza à concretização da relação jurídica empregatícia, e nele, ilustrativamente, está contido o objeto de tal vínculo, isto é, às obrigações dos sujeitos. Reitera-se que o empregado se obriga perante o empregador a uma prestação pessoal, não eventual, subordinada e onerosa de serviços.

Assim, a função que o empregado deve exercer tem que estar prevista e detalhada no mencionado contrato, pelo que sua alteração deve ser feita de forma bilateral e sem resultar, direta ou indiretamente, prejuízos ao empregado<sup>19</sup>. Nesse sentido, o art. 468 da CLT estabelece que: “Nos contratos individuais de trabalho só é lícita a alteração das respectivas condições por mútuo consentimento, e ainda assim desde

<sup>17</sup> *Ibidem*. Pág. 639

<sup>18</sup> *Ibidem*., p. 639 e 640.

<sup>19</sup> PEREIRA, Silvana Soares; REZENDE, Anna Cathleen Moreira. **Desvio de função no emprego: discricionariedade ou sobrevivência?**. Disponível em: <[http://nippromove.hospedagemdesites.ws/anais\\_simposio/arquivos\\_up/documentos/artigos/9042ba80ae3ad2c0582cb8572cfdcee3.pdf](http://nippromove.hospedagemdesites.ws/anais_simposio/arquivos_up/documentos/artigos/9042ba80ae3ad2c0582cb8572cfdcee3.pdf)>. Acesso em: 11 set. 2024.

que não resultem, direta ou indiretamente, prejuízos ao empregado, sob pena de nulidade da cláusula infringente desta garantia”<sup>20</sup>.

Diante disso, o trabalhador encontra-se vinculado a exercer apenas à função que consta no seu respectivo contrato de trabalho. Qualquer mudança na estipulação do serviço, deve ser por mútuo consentimento, sob o risco de caracterizar desvio de função e assédio moral.

## **2.2. ASSÉDIO MORAL E DESVIO DE FUNÇÃO: UMA ANÁLISE À LUZ DA CONSTITUIÇÃO E DA CLT**

Segundo a Associação dos Professores de História<sup>21</sup>, a Revolução Industrial deu início a uma nova era nas relações laborais, convertendo a produção artesanal em sistemas mecanizados e estabelecendo o papel do trabalhador submetido às exigências do capital.

A industrialização desfez este mundo, aparentemente imóvel, protecionista e previsível. A introdução da máquina exigia outras condições de trabalho e alterou a relação laboral. A unidade de produção passou a ser a fábrica, que substituiu a oficina. Surgiram grandes unidades produtivas que produziam em larga escala, o trabalho deixou de ser manual e passou a ser efetuado por uma máquina, controlada pelo homem que agora era operário e não artesão.

Neste sentido, essa mudança, mesmo com os progressos econômicos e tecnológicos, resultou em um cenário de precariedade e exploração que continua presente atualmente, em práticas como assédio moral e desvio de função.

Assim, Delgado<sup>22</sup> indica que o assédio moral é uma dinâmica ilícita presente na relação de trabalho, caracterizada por um comportamento repetitivo praticado pelo indivíduo ativo visando causar desgaste emocional no indivíduo passivo. Conforme o escritor, esse tipo de assédio acontece geralmente

---

<sup>20</sup> BRASIL. **Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943**. Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho. Brasília, DF, 1º mai. 1943. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm)>. Acesso em: 11 set. 2024.

<sup>21</sup> Associação dos Professores de História/Nuno Pousinho. mudanças na produção e nas relações de trabalho. Disponível em: <<https://ensina.rtp.pt/explicador/as-mudancas-na-producao-e-nas-relacoes-de-trabalho-h69/>>. Acesso em 25 nov 2023.

<sup>22</sup> Delgado, Mauricio Godinho Curso de direito do trabalho: obra revista e atualizada conforme a lei da reforma trabalhista e inovações normativas e jurisprudenciais posteriores —Mauricio Godinho Delgado. — 18. ed.— São Paulo : LTr, 2019.

verticalmente, isto é, das chefias de direção para os subordinados. Não é frequente acontecer de subordinado para chefe.

Neste íterim, segundo a Cartilha sobre Assédio Moral no Trabalho, elaborada pelo Ministério Público do Trabalho (MPT)<sup>23</sup>, há duas formas de perpetuação deste tipo de assédio moral, sejam elas interpessoais ou de natureza organizacional. A primeira acontece por meio de indivíduos e coletivos contra a vítima, resultando em demissão, transferência ou alteração não desejada nas condições de trabalho.

No que diz respeito à estrutura organizacional, é realizada mediante regras internas da empresa, para manipular o funcionário através de comportamentos abusivos, como a imposição de metas humilhantes ou prêmios depreciativos.

No que diz respeito à estrutura organizacional, é realizada mediante regras internas da empresa, para manipular o funcionário através de comportamentos abusivos, como a imposição de metas humilhantes ou prêmios depreciativos.

Em termos normativos, a Constituição Federal de 1988 (CF/88)<sup>24</sup> estabelece a dignidade humana (art. 1º, III) e os valores sociais do trabalho (art. 1º, IV) como pilares do Estado brasileiro, além de garantir a proteção à honra e à imagem dos indivíduos (art. 5º, X).

Estes Princípios evidenciam o dever constitucional de salvaguardar o trabalhador contra práticas abusivas e prejudiciais aos seus direitos fundamentais. Além disso, o artigo 7º da Constituição garante direitos como a diminuição de riscos no local de trabalho e a vedação de tratamentos discriminatórios ou degradantes. No âmbito infraconstitucional, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) estabelece as normas das relações de trabalho e estabelece mecanismos de proteção. Por exemplo, o artigo 483 da CLT autoriza o trabalhador a rescindir o contrato de trabalho por culpa do empregador quando este realiza ações que

---

<sup>23</sup> Ministério Público do Trabalho. Assédio Moral no Trabalho: Perguntas e Respostas. Disponível em: [http://www.ouvidoria.ufrj.br/images/cartilha\\_assedio\\_mpt.pdf](http://www.ouvidoria.ufrj.br/images/cartilha_assedio_mpt.pdf). Acesso em 26 de nov 2024

<sup>24</sup> Brasil. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 25 de nov 2024



caracterizam assédio ou modificação contratual prejudicial, como ocorre em situações de desvio de função.

Ademais, a CLT institui a reparação de danos, conforme pode ser observada no artigo nº 223-B<sup>25</sup>, que estabelece o pagamento de danos morais resultantes de condutas abusivas no ambiente de trabalho.

Por outro lado, quanto ao desvio de função, ocorre quando o empregador exige que o trabalhador desempenhe atividades diferentes daquelas originalmente contratadas, sem a devida remuneração, ou até mesmo aviso prévio. Essa prática viola o contrato de trabalho e fere o art. 468 da CLT, que proíbe alterações contratuais prejudiciais ao empregado sem seu consentimento:

Nos contratos individuais de trabalho só é lícita a alteração das respectivas condições por mútuo consentimento, e ainda assim desde que não resultem, direta ou indiretamente, prejuízos ao empregado, sob pena de nulidade da cláusula infringente desta garantia.

Ademais, o desvio de função, em alguns casos, pode relacionar-se com o assédio moral, quando o empregador utiliza essa prática para desmotivar ou humilhar o trabalhador, levando-o a pedir demissão ou aceitar condições desvantajosas.

Destarte, no campo prático, essas violações ainda ocorrem especialmente em setores com alta rotatividade ou ambientes com gestão autoritária. Muitas vezes, metas inatingíveis e cobranças desproporcionais são justificadas como estratégias de "motivação", mas acabam configurando práticas abusivas.

A luta contra o assédio moral e o desvio de função demanda a efetiva fiscalização das condições de trabalho e a aplicação rigorosa das leis já existentes. Iniciativas como a Cartilha de Assédio Moral no Trabalho, do MPT<sup>26</sup>, ajudam a conscientizar empregados e empregadores sobre seus direitos e deveres, mas é fundamental que as empresas adotem políticas claras de prevenção e combate a essas práticas.

<sup>25</sup> Brasil. Consolidação das Leis do Trabalho: aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional.

<sup>26</sup> RTP Ensina. As mudanças na produção e nas relações de trabalho. Disponível em:

<<https://ensina.rtp.pt/explicador/as-mudancas-na-producao-e-nas-relacoes-de-trabalho-h69/>>. Acesso em 25 nov 2023

Este cuidado se torna ainda mais essencial, considerando que é através do trabalho que uma grande parte da sociedade obtém sua renda. Com essa renda, pode-se assegurar saúde, educação, lazer e habitação, direitos individuais também previstos na Constituição. Possibilitando, para tanto, a preservação do mínimo existencial dos trabalhadores

Desta forma, o respeito à dignidade e às funções contratuais não é apenas uma obrigação legal, mas um pilar para a construção de relações de trabalho mais justas e humanas, em consonância com os valores constitucionais e as garantias da CLT. A transformação das relações laborais, desde a Revolução Industrial, evidencia que o progresso econômico só é legítimo quando caminha com o avanço social e com a prática das empresas de preservação da qualidade de vida física e mental do trabalhador.

### **3. A INTERSEÇÃO ENTRE A PUBLICIDADE NA ERA DIGITAL E DIREITOS TRABALHISTAS: O USO DA IMAGEM DOS FUNCIONÁRIOS E SEUS EFEITOS JURÍDICOS**

Desde meados do século XV, a publicidade passou a ser vista como um instrumento de persuasão que atua de modo a contribuir para a difusão em larga escala de informações sobre produtos, serviços e ideias, e ao longo da história foi sendo progressivamente reconhecida como meio indispensável de comunicação<sup>27</sup>.

Na modernidade, com a intensificação do comércio e o desenvolvimento das cidades, a competição entre as empresas aumentava, tornando a publicidade um elemento-chave nas estratégias empresariais, para garantir visibilidade e capturar a atenção dos consumidores, diante da necessidade de comunicar os benefícios e diferenciais dos produtos de forma eficaz<sup>28</sup>

Com o advento da tecnologia houve uma transformação não apenas no que tange a publicidade, mas também uma reformulação quanto as formas de comunicação e interação social, cultural e comportamental<sup>29</sup>. Em meio a este novo ambiente surgem novas maneiras das pessoas se conectarem, consumirem conteúdo e interagirem com marcas e umas com as outras.

Outrossim, a internet e as redes sociais impulsionaram mudanças culturais, criando novas tendências, comportamentos e até linguagens próprias, especialmente entre os mais jovens, tendo sido um verdadeiro

<sup>27</sup> SANT'ANNA, Armando. **Publicidade: Teoria, Técnica e Prática**. 7. ed. São Paulo: Pioneira, 2005.

<sup>28</sup> KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 17. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

<sup>29</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

divisor de águas na história da publicidade por inaugurar novos formatos e possibilidades de interação direta com o consumidor, trazendo inovações que revolucionaram o mercado<sup>30</sup>, permitindo que as mensagens publicitárias não ficassem limitadas a um espaço ou tempo fixo, mas pudessem ser disseminadas globalmente, de maneira contínua e em múltiplas plataformas, de modo fluido e dinâmico, permitindo que as marcas não apenas anunciem, mas também façam parte ativa das conversas e interações culturais.

Em um contexto de crescimento expressivo das mídias sociais como principal ferramenta de publicidade, as empresas passaram a adotar novas táticas para se conectarem com seus consumidores, dentre elas, se destaca o uso da imagem dos próprios funcionários em campanhas veiculadas nas redes<sup>31</sup>, visando humanizar a marca, criar maior identificação com o público e, conseqüentemente, aumentar o alcance das publicações nas redes. Tal abordagem almeja transmitir uma imagem mais acessível da empresa, que tende a se sentir mais à vontade ao interagir com uma figura familiar ou com alguém que ele percebe como "parte da equipe" ao invés de uma entidade abstrata ou distante.

No entanto, a dinâmica relatada suscita reflexões relevantes sobre os limites éticos e contratuais envolvidos, tendo em vista o fato que a escolha de participar ou não dessas campanhas nem sempre é voluntária, especialmente em ambientes nos quais o poder de decisão dos funcionários pode ser ofuscado pelas expectativas da empresa.

Nesse cenário, a linha entre o espaço pessoal e o profissional pode se tornar tênue, resultando em uma exposição que vai além das atividades formais de trabalho a exploração da imagem dos colaboradores levanta questões sobre privacidade e autonomia no ambiente corporativo, suscitando dúvidas sobre o real equilíbrio de poder nas relações laborais quando a imagem pessoal se torna parte de uma estratégia comercial<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> SCHULTZ, Don E.; TANNENBAUM, Stanley I.; LAUTERBORN, Robert F. **Marketing total: estratégias de marketing integradas para o desenvolvimento de mercados**. São Paulo: Atlas, 2014

<sup>31</sup> MENDES, Gilberto; BORGES, Mariana. **Assédio moral no trabalho e a violação dos direitos fundamentais: uma análise do uso da imagem de funcionários nas redes sociais**. Revista de Direito do Trabalho e Meio Ambiente do Trabalho, Belo Horizonte, v. 36, n. 137, p. 103-121, 2020.

<sup>32</sup> MENDES, Gilberto; BORGES, Mariana. **Assédio moral no trabalho e a violação dos direitos fundamentais: uma análise do uso da imagem de funcionários nas redes sociais**

### **3.1. A DESVINCULAÇÃO DO CONTRATO DE TRABALHO AO OBRIGAR O TRABALHADOR A GRAVAR COMERCIAL**

A relação jurídica entre empregado e empregador é estabelecida mediante um contrato de trabalho, que define expressamente as obrigações mútuas, constituindo um dos elementos fundamentais a descrição precisa e discriminada das atividades laborais que serão desempenhadas pelo trabalhador.

Na relação trabalhista, quando o empregador atribui ao empregado tarefas que extrapolam as atividades previstas e pactuadas no contrato de trabalho ou que o sobrecarregue com atividades que não guardam nenhuma relação a função para qual fora contratado, pode ser caracterizado o desvio ou acúmulo de função, como é o caso de exigir deste a realização de publicidade para a empresa.

No entanto, a principal discussão envolvendo a publicidade realizada pelo empregado, consiste na violação ao direito de imagem.

A imagem é atributo da personalidade e direito individual fundamental assegurado no artigo 5º, inciso X, da CRFB/1988, que prevê a indenização decorrente de sua violação. Além disso, o Código Civil, em seu artigo 20 (que trata dos direitos da personalidade), dispõe que a utilização da imagem de uma pessoa para fins comerciais deve ser autorizada, sob pena de indenização<sup>33</sup>.

É importante destacar que o empregador pode solicitar ao empregado a utilização de sua imagem para fins comerciais da empresa. Tal prática é considerada lícita, entretanto, é imprescindível haver a devida autorização do empregado, seja por meio de um termo específico ou de uma cláusula expressa no contrato de trabalho.

Em razão disso, recomenda-se que, no contrato de trabalho, seja previsto que na remuneração esteja incluída a utilização das imagens do empregado. Caso o contrato de trabalho seja silente neste ponto, recomendamos, então, que o termo

---

<sup>33</sup> Rio de Janeiro. Tribunal Regional do Trabalho da 1ª Região. Recurso ordinário, processo nº 0005300- 53.2008.5.01.0019.

Relator: Marcos Cavalcante. Disponível em:

[https://www.trt1.jus.br/documents/21078/14055113/acOrdAo\\_-\\_uso\\_indevido\\_da\\_imagem\\_3544952bc1bb.PDF/9302f8fc-cf12-44db-8e96-db161249c8e5](https://www.trt1.jus.br/documents/21078/14055113/acOrdAo_-_uso_indevido_da_imagem_3544952bc1bb.PDF/9302f8fc-cf12-44db-8e96-db161249c8e5).

de uso de cessão de imagem estabeleça isso de forma expressa [...] A importância de incluir o uso da imagem também no contrato de trabalho vai muito além da questão da remuneração adicional, pois ao abranger as atividades inerentes às imagens do empregado no contrato de trabalho, evita-se também uma potencial alegação de acúmulo de função<sup>34</sup>.

Quando o empregador utiliza a imagem do empregado, essa prática representa a maximização dos ganhos econômicos para a empresa, logo é injusto que o trabalhador, cuja imagem é exposta, não receba nenhuma compensação financeira, e, caso deixe de receber imperioso a necessidade de termo expresso que renuncie a contraprestação. Caso não haja essa compensação, é imprescindível existir um termo expresso no qual o empregado renuncie à contraprestação.

Frisa-se ainda que o empregador não pode recorrer a meios coercitivos e punitivos ao empregado, a fim de coibir a autorização da utilização de sua imagem, devendo esta ser livre, visto que se tornaria um consentimento viciado, portanto, inexistente, gerando, o direito à indenização na forma da súmula 403, do Superior Tribunal de Justiça<sup>35</sup>.

### **3.2. DECISÕES DOS TRIBUNAIS E IMPLICAÇÕES LEGAIS**

Apesar da ausência de jurisprudência específica sobre assédio moral no contexto da elaboração de publicidades, é possível construir uma análise a partir de fundamentos legais e decisões gerais sobre o tema.

Além disso, é importante destacar que a análise de casos gerais permite identificar elementos centrais do assédio moral, como a conduta reiterada, o abuso psicológico e a finalidade de exclusão, aspectos amplamente reconhecidos pela doutrina e pela jurisprudência trabalhista.

Dessa forma, mesmo na ausência de decisões que tratem diretamente da publicidade, é viável adaptar esses precedentes às situações enfrentadas por trabalhadores desse setor, que frequentemente convivem

---

<sup>34</sup> CHRISPIM, Roberta ; FORTES, Thaís Gonçalves Fortes. Direito de imagem e contrato de trabalho: garoto(a) propaganda e empregado, pode? <https://www.migalhas.com.br/depeso/377205/direito-de-imagem-e-contrato-de-trabalho>

<sup>35</sup> Independe de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais. (SÚMULA 403, SEGUNDA SEÇÃO, julgado em 28/10/2009, DJe 24/11/2009)

com pressões específicas relacionadas à criatividade, prazos e uso de imagem. Portanto, este capítulo identifica os princípios gerais presentes na legislação e na jurisprudência sobre assédio moral, interpretando-os e aplicando-os às características singulares do ambiente publicitário.

Nesse contexto, a jurisprudência trabalhista tem desempenhado um papel essencial ao delinear os elementos configuradores do assédio moral. Por exemplo, o Tribunal Regional do Trabalho da 15ª Região define o assédio moral como:

...toda e qualquer conduta abusiva manifestando-se sobretudo por comportamentos, palavras, atos, gestos, escritos que possam trazer dano à personalidade, à dignidade ou à integridade física ou psíquica de uma pessoa, pôr em perigo seu emprego ou degradar o ambiente de trabalho. A doutrina destaca que o assédio moral como uma conduta abusiva, de natureza psicológica, que atenta contra a dignidade psíquica do indivíduo, de forma reiterada, possui quatro elementos, a saber: "a) Conduta abusiva; b) Natureza psicológica do atentado à dignidade psíquica do indivíduo; c) Reiteração da Conduta; d) Finalidade de exclusão.<sup>36</sup>

Esse acórdão é especialmente relevante por destacar como o comportamento abusivo deve ser reiterado e dirigido à exclusão ou à humilhação da vítima, afetando não apenas sua saúde psíquica, mas também o ambiente de trabalho na totalidade. A decisão pontua, ainda, que a conduta abusiva pode manifestar-se de formas variadas, desde comentários hostis e desrespeitosos até gestos ou ações que degradem as condições de trabalho. Isso implica que, em contextos como o publicitário, onde a pressão por desempenho e visibilidade é intensa, essas características podem emergir de maneira sutil, mas igualmente prejudicial. Além disso, o Tribunal Regional do Trabalho da 1ª Região reforça essa compreensão, afirmando que:

o dano moral, decorrente da relação de trabalho, consiste na ofensa aos direitos da personalidade do empregado, em razão da conduta ilícita de seu empregador. [...] Sendo certo que a característica primordial do assédio moral é a prática reiterada

---

<sup>36</sup> TRT-15 - ROT: 00100314920155150022 0010031-49.2015.5.15.0022, Relator: FABIO ALLEGRETTI COOPER, 6ª Câmara, Data de Publicação: 02/09/2019

da conduta ilícita, tendo como efeito final a sensação de exclusão, humilhação ou diminuição da vítima"<sup>37</sup>.

Portanto, com base nesses fundamentos jurisprudenciais, é possível interpretar e aplicar os princípios gerais de proteção contra o assédio moral ao ambiente publicitário. Esse setor, caracterizado por demandas criativas e a pressão pelo uso da imagem, exige uma análise cuidadosa para identificar e prevenir práticas abusivas que possam comprometer a dignidade e a saúde mental dos trabalhadores.

A análise das decisões dos tribunais relacionadas ao assédio moral evidencia a complexidade de adaptar os princípios gerais a setores específicos, como o publicitário. Embora não existam precedentes diretamente vinculados às práticas desse setor, as jurisprudências destacam elementos que podem ser aplicados para interpretar as condições de trabalho associadas à criação publicitária.

Por exemplo, as decisões do Tribunal Regional do Trabalho da 15ª Região e da 1ª Região reforçam a importância de identificar a prática reiterada de condutas abusivas, sua natureza psicológica e sua finalidade de exclusão. No ambiente publicitário, essas características podem surgir de forma sutil, como na imposição de prazos excessivos, desvio de função ou exploração da imagem de funcionários sem consentimento voluntário. Nesse sentido, a exposição do trabalhador a situações que comprometem sua autonomia e dignidade configura um desrespeito aos direitos fundamentais assegurados pela Constituição Federal.

Além disso, a publicidade moderna, impulsionada pelas plataformas digitais, intensifica as demandas sobre os trabalhadores, muitas vezes diluindo as fronteiras entre o espaço profissional e pessoal. A obrigatoriedade de participação em campanhas publicitárias, sem consentimento pleno e informado, pode ser vista como uma forma de abuso hierárquico que, sob a perspectiva das decisões analisadas, encontra respaldo para caracterização como assédio moral. Isso se conecta diretamente com as implicações legais discutidas, que incluem não apenas a responsabilidade civil do empregador, mas também a necessidade de reparação pelos danos morais causados.

---

<sup>37</sup> TRT-1 - RO: **01011715920175010031** RJ, Relator: ANA MARIA SOARES DE MORAES, Data de Julgamento: 02/06/2021, Primeira Turma, Data de Publicação: 10/06/2021

Portanto, torna-se evidente a necessidade de ampliar o debate jurídico para abarcar as especificidades do setor publicitário. É fundamental que futuras jurisprudências abordem diretamente as práticas laborais desse ambiente, oferecendo parâmetros claros para a proteção dos trabalhadores. Tal evolução é indispensável para garantir um equilíbrio entre a liberdade criativa e o respeito aos direitos fundamentais, promovendo um ambiente de trabalho mais ético e seguro.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho analisou como as práticas de publicidade no ambiente de trabalho podem estar relacionadas à ocorrência de assédio moral e desvio de função, gerando impactos significativos nas relações laborais. A análise evidenciou que o uso da imagem de funcionários em campanhas publicitárias, muitas vezes sem o devido consentimento ou respaldo contratual, pode configurar a ocorrência do assédio moral.

Para alcançar esse resultado de pesquisa, no primeiro capítulo traçamos os requisitos da relação de emprego e sobre as normas que regulamentam o contrato de trabalho.

Em seguida no subtópico 2.2 foi descrito que o assédio moral ocorre quando há condutas repetitivas e abusiva que visa desgastar emocionalmente o trabalhador, geralmente em uma relação vertical, das chefias para os subordinados.

Por outro lado, o desvio de função, ocorre quando o empregado é obrigado a desempenhar atividades diferentes das contratadas, sem consentimento ou compensação.

No último capítulo, foi abordado a ascensão das plataformas digitais como meio de publicidade e propaganda e seus impactos na relação de trabalho, bem como sobre a necessidade de previsão no contrato de trabalho e de anuência do empregado para participar de campanhas publicitárias.

Em relação às jurisprudências sobre o tema, não foram encontradas decisões acerca da imposição de participação de empregados em campanhas publicitárias e o assédio moral, o que reforça a necessidade de aprofundamento da presente pesquisa e do debate jurídico sobre o tema.



Diante disso do breve resumo dos capítulos chega-se à conclusão de que a relação empregatícia deve estar firmemente embasada em princípios de dignidade, proteção ao trabalhador e cumprimento dos limites contratuais estabelecidos. A imposição de tarefas que extrapolam as funções originalmente contratadas, como a participação obrigatória em campanhas publicitárias, pode caracterizar não apenas o desvio de função, mas também o assédio moral, especialmente quando essas atividades são acompanhadas de práticas coercitivas ou punitivas.

O uso da imagem dos trabalhadores, debatido à luz da Constituição Federal e da CLT, exige consentimento claro, livre e informado. A ausência de autorização expressa, bem como a utilização da imagem abusivamente, viola direitos fundamentais da personalidade, tornando-se passível de reparação. Além disso, a jurisprudência analisada reforça que condutas reiteradas que degradam o ambiente de trabalho e desrespeitam a dignidade do trabalhador configuram assédio moral, exigindo uma resposta jurídica firme para proteger os direitos individuais.

No âmbito prático, as pressões típicas do setor publicitário, como a necessidade de cumprir prazos rigorosos e atender às demandas criativas, tornam-se um terreno fértil para a manifestação de práticas abusivas. Isso demonstra a importância de as empresas não apenas cumprirem a legislação trabalhista vigente, mas também implementarem políticas internas claras que previnam o assédio e assegurem condições justas para os trabalhadores.

Portanto, a construção de um ambiente de trabalho mais justo e ético requer a revisão das práticas empresariais relacionadas ao uso da imagem dos empregados e ao cumprimento das funções estabelecidas em contrato. Ao mesmo tempo, é essencial que as empresas adotem uma abordagem preventiva, por meio de programas de compliance e canais efetivos de denúncia, garantindo que as estratégias corporativas sejam implementadas de forma respeitosa e inclusiva.

O respeito aos limites legais e contratuais, assim como o reconhecimento dos trabalhadores como sujeitos de direitos, é um passo fundamental para transformar as relações laborais em ambientes pautados pela justiça e pela proteção à dignidade humana.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Associação dos Professores de História/Nuno Pousinho. mudanças na produção e nas relações de trabalho. Disponível em: <<https://ensina.rtp.pt/explicador/as-mudancas-na-producao-e-nas-relacoes-de-trabalho-h69/>>. Acesso em 25 nov 2023

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 25 de nov 2024

BRASIL. **Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943**. Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho. Brasília, DF, 1º mai. 1943. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm)>. Acesso em: 11 set. 2024.

CHRISPIM, Roberta ; FORTES, Thaís Gonçalves Fortes. Direito de imagem e contrato de trabalho: garoto(a) propaganda e empregado, pode? <https://www.migalhas.com.br/depeso/377205/direito-de-imagem-e-contrato-de-trabalho>

DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de Direito do Trabalho**. 18. ed. São Paulo: LTr, 2019, p. 333.

MARTINEZ, Luciano. **Curso de Direito do Trabalho**. 11. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020, p. 242 e 243.

Ministério Público do Trabalho. Assédio Moral no Trabalho: Perguntas e Respostas. Disponível em: [http://www.ouvidoria.ufrj.br/images/cartilha\\_assedio\\_mpt.pdf](http://www.ouvidoria.ufrj.br/images/cartilha_assedio_mpt.pdf). Acesso em 26 de nov 2024

PEREIRA, Silvana Soares; REZENDE, Anna Cathleen Moreira. **Desvio de função no emprego: discricionariedade ou sobrevivência?**. Disponível em: <[http://nippromove.hospedagemdesites.ws/anais\\_simposio/arquivos\\_up/documentos/artigos/9042ba80ae3ad2c0582cb8572cfdcee3.pdf](http://nippromove.hospedagemdesites.ws/anais_simposio/arquivos_up/documentos/artigos/9042ba80ae3ad2c0582cb8572cfdcee3.pdf)>. Acesso em: 11 set. 2024.

Artigo recebido: 30.11.2024

Artigo publicado em: 31.12.2024