

Caetano e Costa: Marketing de oportunidade e direito de imagem

22/08/2022

No último mês de junho, o ator Caio Castro participou do podcast "Sua Brother", que discute diversos assuntos do universo masculino, como relacionamentos e autoconhecimento. No bate-papo, o ator expressou que se sente incomodado com a sensação de ter que pagar a conta do jantar ao sair para um encontro, esclarecendo que não concorda que seja exclusivamente papel do homem arcar com todos os custos do casal.

Divulgação



Divulgação O ator Caio Castro

Nos dias seguintes, o discurso do ator teve repercussão negativa, abrindo o debate a respeito dos limites entre a obrigação e a gentileza do homem em uma relação amorosa, especialmente no que concerne ao aspecto financeiro.

Com o objetivo de aproveitar a deixa, muitas empresas realizaram ações publicitárias utilizando a fala do ator, divulgando promoções com o objetivo de atrair o público pelo humor. Com isso, a imagem de Caio foi estampada em diversas publicidades nos meios digitais, causando um grande desconforto ao ator.

Empresas no ramo de alimentação utilizaram imagens do ator seguidas de frases como "*tão barato que até o Caio Castro vai pagar*" ou "*tão gostoso que nem o Caio irá reclamar de pagar*", entre outras, fazendo direta alusão ao conteúdo do assunto abordado no podcast transmitido poucos dias antes.

Essa estratégia de divulgação é chamada de marketing de oportunidade, tática na qual as empresas utilizam determinadas situações para promover seus produtos e serviços aos consumidores. Nessas ações, o objetivo almejado pelo empreendedor é interagir com o cliente ao abordar uma recente situação de notório conhecimento público.

Por conseguinte, a abordagem do marketing de oportunidade permite que o alcance das campanhas seja otimizado através da interação com o público mediante a exploração de determinado assunto ou evento, como datas comemorativas, pautas importantes ou até mesmo parcerias com famosos engajados em determinado segmento.

Ao ser vinculado a uma pessoa conhecida pelo público, cuja imagem é constantemente explorada e divulgada em diferentes canais de comunicação, o assunto ganha ainda mais relevância e destaque. Contudo, o desafio é identificar o limite entre a comunicação ao público de uma determinada informação e a exploração comercial sem autorização da imagem de um artista.

Nessa perspectiva, a Constituição, em seu artigo 5º, inciso X [1], estabelece ser inviolável, dentre outros, a imagem das pessoas, garantindo a elas o direito de indenização por danos materiais e morais no caso de violação. Sendo assim, depreende-se que a utilização de imagem está condicionada a autorização da própria pessoa ou responsável, embora seja comum nos depararmos com a ampla utilização de imagens de pessoas públicas em diferentes canais de comunicação, muitas vezes sem a devida autorização.

Ao discordar da forma com que a sua fala e imagem estavam sendo divulgados no mercado, o artista deixou o seguinte comentário em uma das publicações de um estabelecimento comercial: *"O marketing de milhões acompanhado de uma notificação judicial por uso indevido de imagem, promoção da semana"*.

Apesar de estar acostumado com a exposição de suas fotos e vídeos na internet, televisão e meios físicos de propaganda, o ator não concordou com a veiculação em conotação negativa de sua imagem e fala, em diferentes campanhas publicitárias no mercado.

Nesse ponto, insta mencionar que a utilização da imagem de pessoas públicas em matérias jornalísticas que se limitam a apenas reportar um acontecimento, sem qualquer caráter comercial ou danoso, não está necessariamente condicionada à autorização do titular da imagem.

Todavia, uma vez existente o caráter comercial da divulgação, existe obrigatoriedade de autorização da pessoa cuja imagem está sendo utilizada. Inclusive, em se tratando de figuras públicas, sabe-se que a imagem e nome são instrumentos de trabalho, por meio dos quais firmam contratos com diferentes empresas mediante o pagamento de determinada quantia. Isso porque a vinculação com figuras públicas agrega valor ao produto ou serviço diante do apelo lançado aos consumidores que, muitas vezes, dão preferência à aquisição de produtos ou serviços vinculados a pessoas famosas.

Contudo, esse não foi o contexto da recente utilização da imagem do ator, que poderá entrar com ações judiciais requerendo a retirada de todos os anúncios vinculados a sua imagem, bem como indenização pelos danos decorrentes da situação. Aquilo que, em princípio, pode parecer inofensivo em razão da repercussão pública, é capaz de se tornar uma grande disputa judicial envolvendo a utilização indevida de direitos de alguém, seja uma pessoa pública ou não.



[1] http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2022-ago-22/caetano-costa-marketing-oportunidade-direito-imagem/>