

**HUGO**  
HOSPITAL DE URGÊNCIAS DE GOIÁS

**NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE**

**MANUAL**

**DIREITO DE IMAGEM**

MAN.NQSP.005

Revisão: 00

Vigência: 07/12/2024

## MANUAL DIREITO DE IMAGEM

	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

**SUMÁRIO**

INTRODUÇÃO..... 3

OBJETIVO ..... 3

DEFINIÇÕES..... 3

SIGLAS ..... 3

APLICAÇÃO..... 3

DESCRIÇÃO DO MANUAL ..... 4

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS..... 6

COMO EVITAR O RISCO DE IMAGEM..... 7

CONCLUSÃO..... 10

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA..... 11

CONTROLE DO DOCUMENTO..... 12





	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

## 1. INTRODUÇÃO

O direito de imagem é um dos direitos da personalidade que foram consagrados na Constituição Federal Brasileira, sendo inerente de cada indivíduo, pessoa física ou jurídica, e que se violado gera o dever de reparação. A imagem pode ser interpretada como a personalidade exteriorizada pelo indivíduo na sociedade.

A promulgação da Constituição Federal Brasileira de 1988 trouxe importantes direitos e garantias fundamentais para o indivíduo e a coletividade no Estado Democrático de Direito, sendo muitos deles positivados no rol do artigo 5º da Constituição (aliás, seu maior artigo, contando com 78 incisos e 24 alíneas).

Ao analisar referido artigo nos deparamos com, entre outros, os direitos da personalidade, que podemos classificar como aqueles de forma irrenunciável e intransmissível, conforme consta no art. 11 do Código Civil. Como exemplos podemos citar o direito à vida, o controle e o uso de seu próprio corpo, direito ao nome, e, em especial, que iremos abordar hoje, o direito de imagem.

## 2. OBJETIVO

Abordar sobre o direito de imagem, casos de violação e exceções. Mas antes de chegar neste ponto precisamos destacar alguns aspectos dos direitos da personalidade para melhor compreensão.

## 3. DEFINIÇÕES

Em definição simples, constitui a expressão exterior sensível da individualidade humana, digna de proteção jurídica. Para efeitos didáticos, dois tipos de imagem podem ser concebidos, como imagem-retrato (que é literalmente o aspecto físico da pessoa) e imagem atributo (que corresponde à exteriorização da personalidade do indivíduo, ou seja, à forma como ele é visto socialmente)."

## 4. SIGLAS

HUGO – Hospital de Urgências de Goiás.

MS – Ministério da Saúde.

LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados.

ANPD - Autoridade Nacional de Proteção de Dados.

## 5. APLICAÇÃO

Todos os setores do Hospital de Urgência de Goiás (HUGO).



 <b>HUGO</b> HOSPITAL DE URGÊNCIAS DE GOIÁS	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

## 6. DESCRIÇÃO DO MANUAL

### 6.1. Direito da personalidade

Os direitos da personalidade são inerentes a todas as pessoas, físicas ou jurídicas (*Art. 52 do Código Civil*), protegidos pela Legislação Constitucional (art. 5º da Constituição Federal Brasileira) e infra-constitucional (arts. 11 a 21 do CC) do Estado Democrático de Direito, sendo aplicados desde a concepção dos nascituros até mesmo posteriormente à sua morte do sujeito.

Conceituem-se os direitos da personalidade como aqueles que têm por objeto os atributos físicos, psíquicos e morais da pessoa em si e em suas projeções sociais. Por serem considerados inerentes a cada indivíduo, os direitos da personalidade são classificados da seguinte forma:

- Absolutos: tem aplicação é geral e irrestrita a todos da coletividade;
- Necessários: se torna necessário a toda pessoa pela sua simples existência;
- Extrapatrimoniais: superam limites do patrimonial, ainda que gerem efeitos de ordem econômica;
- Indisponíveis: impossíveis de transmissão e/ou de renúncia pelo sujeito;
- Imprescritíveis: não há fim para seu exercício, sendo o uso até após o falecimento (não confundir com prescrição ao direito de reparação);
- Impenhoráveis: decorrente da extrapatrimonialidade e jamais poderá ser objeto de penhora (eventuais créditos decorrentes desses direitos sim);
- Vitalícios: acompanham o indivíduo desde a concepção até após seu óbito.

Podemos considerar então que os direitos da personalidade são gêneros, com características ilimitadas, que se dividem em variadas espécies. Por exemplo: direito à vida, à integridade física, integridade psíquica, liberdade, liberdade de pensamento, privacidade, honra, imagem e identidade. Em todas essas variedades são aplicadas as características acima. Veremos agora o que isso reflete no Direito de Imagem.

### 6.2. Direito de Imagem

Sabendo então que dentre os direitos da personalidade existem várias ramificações, passamos a compreender um pouco mais sobre o direito de imagem. A proteção à imagem do indivíduo é encontrada na Constituição Federal: “Art. 5º da CFBR – (...) Inciso 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”

	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

E na Legislação Infraconstitucional também podemos verificar essa proteção, como no artigo 20 do Código Civil Brasileiro (Lei nº 10.406/2002):

“Art. 20 do CC – 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”.

### 6.3. Proteção de violação ao direito de imagem

A proteção notável ao direito de imagem, prevendo o dever de indenizar em caso de sua violação. A proteção é de tamanha importância, que possui previsão constitucional, nossa Lei Maior, como: “Art. 5º da CFBR – (...) Inciso V – é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem”.

Além do artigo 20 do Código Civil já citado acima, existe a Súmula nº 203 do Superior Tribunal de Justiça ao tratar do tema:

“Súm. 203 do STJ – *Independente de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais.*”

A situação que concluímos então é que o dever de reparar pelo uso indevido da imagem surge mesmo que não haja prova do prejuízo e/ou dolo na conduta do agente.

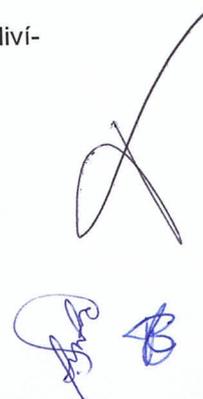
Aliás, com o início da era tecnológica e a utilização cada vez mais frequente do mundo digital, inúmeros são os casos onde há ofensa ao direito de imagem, às vezes até inconscientemente.

Exemplo simples dessa situação é o sujeito que utiliza ou divulga imagens de terceira pessoa, capturadas em site de buscas, mas sem sua devida autorização. Mas há também casos mais graves, com a divulgação indevida das famosas “nudes”, onde além do dever civil de reparação, a situação gera consequências na esfera criminal.

Portanto, salvo exceções, a regra geral é de que a violação ao direito de imagem gera, independentemente de prova do prejuízo, o dever de indenizar.

### 6.4. Contratos de imagem

Sendo a imagem um Direito da Personalidade não pode ser transmitido e/ou renunciado pelo indivíduo, porém, é possível se realize uma cessão de uso por meio de contratos específicos.



 <b>HUGO</b> HOSPITAL DE URGÊNCIAS DE GOIÁS	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

Os contratos de direito de imagem podem ser gratuitos ou onerosos, a depender da prévia negociação entre as partes. O importante é que conste expressamente a autorização do uso de imagem que um indivíduo cede para outrem.

Em se tratando de contratos, quanto mais cláusulas especificando o objeto da negociação, melhor será para eventual discordância, pois como se sabe, um contrato é “lei entre as partes”. Com isso, em se tratando de imagem de outrem, por exemplo, para onde será a divulgação, em que locais, de que forma, por qual prazo, em qual período.

Minha dica para estes casos é sempre consultar especialistas na área, para que a elaboração de um contrato seja benéfica, evitando lá na frente, discussões que possam resultar em prejuízos e indenizações por uso indevido da imagem.

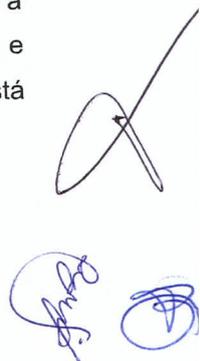
## 7. LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

Conforme o Ministério da Saúde (MS) a “Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018, foi promulgada para proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e a livre formação da personalidade de cada indivíduo. A Lei fala sobre o tratamento de dados pessoais, dispostos em meio físico ou digital, feito por pessoa física ou jurídica de direito público ou privado, englobando um amplo conjunto de operações que podem ocorrer em meios manuais ou digitais”. Conforme a LGPD o tratamento dos dados pessoais pode ser realizado por dois agentes de tratamento, o Controlador e o Operador. Existe o Encarregado, que é a pessoa indicada pelo Controlador para atuar como canal de comunicação entre o Controlador, o Operador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

### 7.1. Tratamento dos dados

Segundo a LGPD “o tratamento de dados diz respeito a qualquer atividade que utiliza um dado pessoal na execução da sua operação, como, por exemplo: coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração.

Antes de iniciar qualquer tipo de tratamento de dados pessoais, o agente deve se certificar que a finalidade da operação está registrada de forma clara e explícita e os propósitos especificados e informados ao(à) titular dos dados. No caso do setor público, a principal finalidade do tratamento está



	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

relacionada à execução de políticas públicas, devidamente previstas em lei, regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos semelhantes.”

Ainda de acordo com a LGPD o “compartilhamento dentro da administração pública, no âmbito da execução de políticas públicas, é previsto na Lei e dispensa o consentimento específico. Contudo, o órgão que coleta deve informar com transparência qual dado será compartilhado e com quem. Do outro lado, o órgão que solicita receber o compartilhamento precisa justificar esse acesso com base na execução de uma política pública específica e claramente determinada, descrevendo o motivo da solicitação de acesso e o uso que será feito com os dados. Informações protegidas por sigilo seguem protegidas e sujeitas a normativos e regras específicas. Essas e outras questões fundamentais devem ser observadas pelos órgãos e entidades da administração federal no sentido de assegurar a conformidade do tratamento de dados pessoais de acordo com as hipóteses legais e princípios da LGPD.”

Conforme a Lei é estabelecido uma estrutura legal de direitos dos titulares de dados pessoais. Esses direitos devem ser assegurados durante toda a duração do tratamento dos dados pessoais realizado pelo órgão ou entidade. Para o desempenho dos direitos dos titulares, a LGPD prevê o agrupamento de ferramentas que sondam obrigações de transparência ativa e passiva, e criam meios processuais para mobilizar a Administração Pública.

## **8. COMO EVITAR O RISCO DE IMAGEM**

No Hospital de Urgência de Goiás busca evitar o risco de imagem através do compliance. O compliance é um conjunto de disciplinas, cujo objetivo é se fazer cumprir as normas legais e regulamentares de uma empresa.

### **8.1. Gestão de Crise de Imagem**

A gestão de crise de imagem é fundamental para a melhoria nos processos. Isso porque, em menor ou maior escala, todo empreendimento empresarial já passou ou vai passar por períodos de vertigem na forma como é visto.

Essa realidade está muito ligada ao alto grau de exposição das marcas na internet, bem como às novas expectativas da opinião pública em relação aos negócios. Elas agora precisam ser social e ambientalmente sustentáveis, além de terem suas governanças bem alinhadas e transparentes. A maioria dos cenários são de turbulência são previstos e há respostas táticas preparadas para lidar com eles.



	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

O grande objetivo da gestão de crise de imagem é a defesa da reputação. Isso porque todo o acúmulo de confiança adquirido ao longo de anos pode simplesmente desmoronar com a escalada de críticas, desinformações, detrações e até teorias da conspiração. Dentro disso, podemos dizer que a gestão está alicerçada nos seguintes eixos conforme tabela 1.

**Tabela 1. Os pilares da gestão de crise de imagem**

1	Manutenção da reputação como valor máximo;
2	Definição de parâmetros, métricas e indicadores para mensurar a densidade da reputação corporativa;
3	Mapeamento de riscos e trabalho ativo para que eles não concretizem;
4	Monitoramento de tudo o que é dito sobre a instituição, tanto na mídia tradicional quanto em ambientes virtuais;
5	Diálogos ativo e permanente com stakeholders internos e externos, a fim de estabelecer a confiança necessária para dissipar a expansão de “pequenas chamas” que possam se transformar em “incêndios”;
6	Implementação de ferramentas e métodos para detecção de crises iminentes e tratamento em tempo hábil (plano de contingência).

### **O que se espera dos profissionais que fazem gestão de crise de imagem?**

Na linha de frente da gestão de crise de imagem estão os profissionais de Comunicação e Relações Públicas, que agora também são demandados a atualizarem suas atuações.

#### ➤ **Visão multimídia**

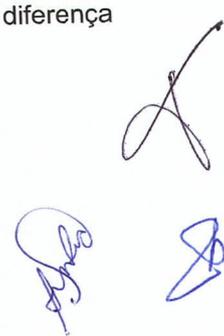
Os profissionais de comunicação devem ampliar seu espectro de atenção, lidando com mídias tradicionais, mas também eletrônicas e virtuais.

É preciso dar atenção às redes sociais, aos formadores de opinião e outros influenciadores.

#### ➤ **Mentalidade tecnológica**

Os comunicadores se conectam com as novidades tecnológicas que automatizam processos, permitam acompanhamento em tempo real e facilitem a mensuração realista dos resultados das ações de comunicação.

Entre outras vantagens, a instantaneidade trazida por serviços tecnológicos de monitoramento de mídias, envio de e-mail, análises de grandes volumes de dados, entre outros, faz toda a diferença para prevenir e tratar crises de imagem.



	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

➤ **Orientação por dados**

Dessa forma, além de conseguirem avaliar melhor quais ferramentas podem servir melhor às suas atividades operacionais, eles conseguem explorar melhor os recursos disponíveis. Por exemplo, mesmo sem ter grandes conhecimentos técnicos conseguem formular perguntas claras para que as plataformas lhes tragam as respostas certas.

➤ **Atuação analítica**

Por fim, com a comunicação ganhando status ainda mais estratégico, é esperado que os comunicadores corporativos tenham uma atuação ainda mais analítica e consultiva.

Na prática, isso significa ter habilidade para definir e acompanhar métricas e indicadores que facilitem a mensuração qualitativa e quantitativa dos resultados da área.

Assim, é possível fazer projeções e propor planos de ação alinhados com os objetivos estratégicos do negócio, compondo com outros departamentos, entre outras frentes.

## 8.2. Como agir quando surgir uma crise de imagem

- **Acompanhe o que estão falando sobre sua empresa:** Não seria possível falar sobre gestão de crise de imagem, sem mencionar a importância do monitoramento do que é dito sobre a sua empresa. Portanto, estar a par do que falam sobre a empresa permite, sobretudo, identificar um possível problema antes mesmo que ele ocorra.
- **Não se esconda:** Uma vez que boatos ou notícias sobre problemas na empresa já tenham se espalhado de forma descontrolada pela web, o mais importante na gestão de crise de imagem é não se calar. O velho “nada a declarar” transmite uma péssima imagem de consentimento, arrogância e indiferença em relação ao seu consumidor.
- **Honestidade e transparência:** A honestidade e a transparência são capazes de conquistar (ou “reconquistar”) a confiança das pessoas durante uma gestão de crise de imagem. Ter humildade para mostrar que a empresa está ciente de suas falhas, compreende a fúria dos clientes e está aberta para solucionar todos os problemas que a envolvem, humaniza a organização e a traz de volta para o coração de seu público.
- **Plano de gerenciamento de crise de imagem:** um plano de comunicação eficaz voltado para o controle da imagem institucional deve ser construído antes mesmo de existir qualquer foco de incêndio em sua empresa. O time de Comunicação irá definir como será o posicionamento da empresa. Com a metodologia de análise de dados e os feedbacks dos clientes, é possível identificar melhorias, prever possíveis problemas, como resolvê-los e definir a resposta que será dada em cada caso.





	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

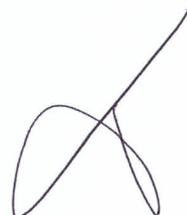
- **Monte um time de multidisciplinar:** Essa equipe de gestão de crise de imagem deve ser multidisciplinar e conter alguns dos seguintes cargos, dependendo da estrutura interna de cada empresa. Essa equipe também pode ser fragmentada em duas partes: uma para solucionar a crise e outra focada na execução do plano de comunicação elaborado previamente.
- **Comunique-se com cada cliente insatisfeito:** Essa é uma atitude essencial na gestão de crise de imagem. Muitos clientes, ainda que não tenham seu problema integralmente resolvido, acabam por acalmar a animosidade contra a empresa pela simples atenção dada ao seu problema.
- **Use o mesmo canal de comunicação que gerou a crise:** O problema começou pelas redes sociais? Então, melhore o gerenciamento dos canais online e capriche na execução de um plano que restabeleça a reputação da empresa pelos mesmos meios através dos quais ela foi criticada. O motivo dessa estratégia de gestão de crise de imagem é para que as ações de resposta atinjam o mesmo público.
- **Crie novos processos a partir das soluções de crise:** Quando o problema é resolvido com sucesso, a equipe fica aliviada e orgulhosa pelo fato de a gestão de crise de imagem ter sido eficiente. Mas o trabalho não para. É importante repassar os aprendizados da situação e até criar novos processos, quando necessário, para evitar que a situação aconteça de novo com outros clientes.

## 9. CONCLUSÃO

O direito de imagem, que além do atributo físico, engloba até mesmo a voz do indivíduo, é sua forma de expressões na sociedade, sendo um direito da personalidade com especial proteção do Estado, e, havendo violação, pode ser necessário o dever de reparação.

Por outro lado, é possível a relativização da proteção ao direito de imagem quando em conflito com outros direitos, como por exemplo, dever de informação, o que permite a divulgação, com cautela, da imagem de terceiros.

Embora não seja possível de transmissão e/ou renúncia, a cessão de uso da imagem pode ser contratada, a fim de autorizar previamente o seu uso, sendo importante que as partes estabeleçam um contrato, resguardando seus direitos.





	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

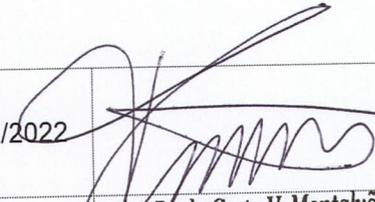
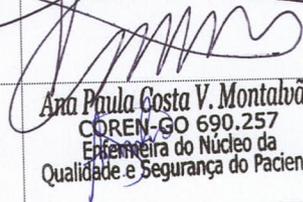
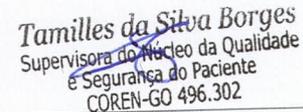
## 10. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

1. Saiba mais sobre direito de imagem. Disponível em: <https://www.aurum.com.br/blog/direito-de-imagem/>
2. GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA, Rodolfo. Manual de Direito Civil. Vol. Único. 3ª ed., rev. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2019, p. 96.
3. Ministério da Saúde. Disponível em: <https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/lgpd>
4. Conhecimento profissionais de saúde sobre os direitos de imagem. Disponível em: <https://www.sanarmed.com/artigos-cientificos/conhecimento-dos-profissionais-de-saude-sobre-os-direitos-de-imagem-do-paciente>
5. Como fazer gestão de crise de imagem. Disponível em: <https://www.cortex-intelligence.com/blog/comunicacao/gestao-de-crise-de-imagem-como-fazer>.




	<b>NÚCLEO DE QUALIDADE E SEGURANÇA DO PACIENTE</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>DIREITO DE IMAGEM</b>		
	MAN.NQSP.005	Revisão: 00	Vigência: 07/12/2024

### 11. CONTROLE DO DOCUMENTO

<b>Elaboração:</b>	Thadeu Grembecki <b>Diretor Administrativo</b>	06/12/2022	
<b>Revisão:</b>	Ana Paula Costa Viana Montalvão <b>Enfermeira NQSP</b>	06/12/2022	 Ana Paula Costa V. Montalvão COREN-GO 690.257 Enfermeira do Núcleo da Qualidade e Segurança do Paciente
<b>Validação:</b>	Tamilles da Silva Borges <b>Supervisora NQSP</b>	06/12/2022	 Tamilles da Silva Borges Supervisora do Núcleo da Qualidade e Segurança do Paciente COREN-GO 496.302
<b>Aprovação:</b>	Francisco Pereira Borges <b>Diretor Geral</b>	06/12/2022	