

Celebridades usadas em anúncios sem autorizarem

Vídeo da AICEP e campanha no Facebook reacendem problemática sobre direito à imagem

Em fevereiro de 2008, a Ryanair foi condenada a pagar uma indemnização de €60 mil ao ex-presidente de França, Nicolas Sarkozy, e à mulher, Carla Bruni, por utilização das suas imagens num anúncio. Por cá, a justiça não vai tão longe, mas aumentam os casos de utilização abusiva da imagem de celebridades.

Um dos casos mais recentes envolve o vídeo da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), de promoção do país enquanto destino de investimentos estrangeiros, que utiliza, entre outras, a imagem de Daniela Ruah. Vanessa Veloso, diretora da agência Just e agente de Daniela Ruah, diz que a atriz radicada nos EUA de-

verá aproveitar o intervalo das gravações da série que protagoniza ("NCIS: Los Angeles"), em junho, para vir a Portugal. "Vamos esperar pela vinda da Daniela. A ser tomada alguma medida será nessa altura", avança Vanessa Veloso. Fonte da AICEP confirma que nem Daniela Ruah nem nenhuma das outras pessoas que surgem no vídeo foi informada da presença no anúncio, alegando que se trata de imagens públicas usadas numa comunicação não comercial.

A responsável pela gestão da imagem da atriz refere que no passado houve outros casos em que a imagem de Daniela Ruah foi usada para fins comerciais, sem o seu conhecimento nem autorização. "Há marcas que usam

imagens da série, dizendo que os direitos são da série e não da Daniela", explica Vanessa Veloso, sem, no entanto, avançar quais as marcas em causa, referindo apenas que se trata de insígnias ligadas a grandes grupos.

Na L'Agence, é um anúncio no Facebook que remete para o site *barrigalinda.com* — que promove uns comprimidos para emagrecer — que está a dar dores de cabeça à agente das atrizes Cláudia Vieira e Jessica Athayde e que também já visou Daniela Ruah. "É um caso de uso abusivo de imagem, com contornos complicados porque é difícil entrar em contacto com eles. Vamos parar a uma página com um número de telefone que encaminhava para uma empresa que

diz não ter nada que ver com aquele produto", explica Vanessa Carmo, agente da L'Agence. No caso de Cláudia Vieira e Daniela Ruah, o anúncio do *barrigalinda.com* foi suspenso na sequência de uma denúncia ao próprio Facebook.

Vanessa Carmo tem dificuldade

O QUE DIZ O CÓDIGO CIVIL

ART. 79º DIREITO À IMAGEM

"O retrato de uma pessoa não pode ser exposto, reproduzido ou lançado no comércio sem o consentimento dela (...)"

de em quantificar o prejuízo para Cláudia Vieira, mas pode ir além da perda de cachê. "Uma outra marca de um produto semelhante pode não querer contratá-la", sustenta. As agentes que falaram com o Expresso referem que estas situações acontecem mais com modelos. Por exemplo, fotografias tiradas para uma determinada campanha que depois as marcas utilizam para outros fins. Há também figuras públicas que são usadas na promoção de negócios. "Descobri uma agenciada minha que estava a ser publicitada como indo a uma discoteca na Guiné-Bissau, à qual não ia", conta Vanessa Carmo.

Para Manuel Lopes Rocha, do escritório de advogados PLMJ,

não há dúvidas de que a utilização com fins comerciais da imagem de uma figura pública só pode acontecer com a autorização do visado, como está consagrado no Código Civil (ver caixa). Nem o vídeo da AICEP escapa a este enquadramento. "Se é um documentário sobre Portugal, tudo bem. Se é um filme para promover Portugal como destino de investimento, não podem", diz o advogado.

A CGD terá preparado uma campanha em que recorre a pessoas desconhecidas que têm os mesmos nomes de algumas celebridades, como Cláudia Vieira, mas até à hora de fecho desta edição o banco não confirmou.

CATARINA NUNES
cnunes@expresso.impresa.pt



A atriz Daniela Ruah ainda não decidiu o que fazer em relação ao vídeo da AICEP que promove Portugal — onde surgem outros portugueses célebres como a fadista Ana Moura —, no qual aparece sem o seu conhecimento