

# A RECRIAÇÃO DIGITAL E O DEEPPFAKE: NÃO SE PODE MAIS ACREDITAR EM TUDO QUE SE VÊ<sup>1</sup>

DIGITAL RECREATION AND THE DEEPPFAKE:  
YOU CAN NO LONGER BELIEVE EVERYTHING YOU SEE

**Felipe Ferreira Simões dos Santos**

Doutorando e Mestre em Propriedade Intelectual e Inovação pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Mestre em Direito com ênfase em Comercial e Atividades Econômicas pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Autor e organizador de livros e diversos materiais com temática de Propriedade Intelectual e Industrial. Bacharel em Administração pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Membro da Comissão de Direito Comercial na Jurisprudência dos Tribunais da Ordem dos Advogados do Brasil do Rio de Janeiro da subseção da Capital. Advogado. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2698-295X> E-mail: [lipe\\_simoes@yahoo.com.br](mailto:lipe_simoes@yahoo.com.br)

**Resumo:** Este artigo postula uma análise sobre o direito de imagem e correlatos em relação às recriações digitais e o *deepfake*. Justifica-se esta pesquisa pelo uso indiscriminado de imagens manipuladas através de inteligência artificial tão reais que são entendidas como verdadeiras pelas pessoas comuns, principalmente em uma sociedade acostumada a valorizar a imagem como prova irrefutável e incontestável de validade de atos praticados. A pesquisa revela-se importante por buscar contribuir com a discussão acerca do uso de Inteligência Artificial na recriação digital de imagens que não condizem com a verdade. O “ver para crer” do apóstolo São Tomé deixa de ser a melhor ferramenta para se buscar a verdade, pois a imagem que se vê, agora, pode ser falsa.

**Palavras-chave:** Imagem reinventada. *Deepfake*. Recriação digital. Direito de imagem e correlatos.

**Abstract:** This article analyses image rights and related issues in relation to digital recreations and deepfakes. This research is justified by the indiscriminate use of images manipulated through artificial intelligence that are so real that they are perceived as real by ordinary people, especially in a society accustomed to valuing the image as irrefutable and incontestable proof of the validity of acts carried out. The research is important because it seeks to contribute to the discussion about the use of Artificial Intelligence in the digital recreation of images that are not consistent with the truth. The

<sup>1</sup> A pesquisa foi parcialmente apresentada na mesa Workshop dos Pesquisadores Seniores do GEDAI/UFPR realizada no dia 05/11/2024 sob o título “Deep Fake e a Realidade Artificial: O Novo ‘Ver para Crer’ de São Tomé” no XVIII CODAIP, Congresso de Direito de Autor e Interesse Público, realizado entre os dias 04 e 06 de novembro de 2024. Também compôs de forma parcial o Boletim Gedai/UFPR de novembro de 2024 sob o título “Saiba tudo sobre Deepfakes: Deep Fake e a Realidade Artificial”, disponível em <https://gedai.ufpr.br/deep-fake-e-a-realidade-artificial/>

'seeing is believing' of the apostle St Thomas is no longer the best tool for seeking the truth, because the image we see may now be false.

**Keywords:** Image reinvented. Deepfake. Digital recreation. Image and related rights.

**Sumário:** Introdução – 1 Referencial teórico – 2 Metodologia – 3 Resultados e discussões – Considerações finais – Referências

## Introdução

“Eu não acreditarei nisso, se não vir as marcas dos cravos nas suas mãos e não puser os meus dedos na marca no seu lado”.<sup>2</sup> Esta conhecida passagem bíblica e o posterior questionamento atribuído a Jesus Cristo em resposta a São Tomé: “Você creu porque me viu [...]”<sup>3</sup> fazem parte do Evangelho de João 20:25-29 e retratam o momento no qual São Tomé demonstrou dúvidas sobre a ressurreição de Jesus. Segundo essa parte da Bíblia, São Tomé, para ter certeza quanto à veracidade do fato, explanou que precisava sentir as chagas de Jesus para se convencer que realmente era Ele. Essa dúvida do apóstolo resultou em diversas expressões populares, como o conhecido ditado que “Fulano é feito São Tomé: precisa ver para crer”.<sup>4</sup> É comum as pessoas se utilizarem da expressão “ver para crer” quando desejam manifestar dúvida sobre a veracidade de determinado fato principalmente aquele que é contado por terceiros ou que não foi presenciado pela pessoa que ouve a história.

Ocorre que “[a] visão é um dos órgãos dos sentidos, e é por meio desse sentido que temos a capacidade de enxergar tudo à nossa volta”.<sup>5</sup> E por acreditar em tudo que se vê, toda e qualquer imagem (até pouco tempo atrás!) tinha o condão de passar credibilidade para aquele que a enxergava. Infelizmente esta convicção já não é tão certa como no passado. Não se pode mais acreditar em tudo que se vê, São Tomé!

<sup>2</sup> BÍBLIA SAGRADA. *João 20:25*. Nova Bíblia Viva Português. [s.l.]. Disponível em: <https://www.bible.com/pt/bible/1608/JHN.20.25.NBV-P>. Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>3</sup> BÍBLIA SAGRADA. *João 20:29*. Nova Bíblia Viva Português. [s.l.]. Disponível em: <https://www.bible.com/pt/bible/1608/JHN.20.29.NBV-P>. Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>4</sup> A8SE. *Você precisa ver pra crer?* Veja como São Tomé inspira a busca pela verdade. Sergipe. 2015. Disponível em: <https://a8se.com/noticias/sergipe/voce-precisa-ver-pra-crer-veja-como-sao-tome-inspira-a-busca-pela-verdade/>. Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>5</sup> LOUREDO, Paula. *Visão*. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilescuela.uol.com.br/oscincosentidos/visao.htm>. Acesso em: 02 set. 2024.

Com o uso da Inteligência Artificial (IA) e os melhoramentos tecnológicos têm-se criado conteúdos de imagens, vídeos e sons tão perfeitos que São Tomé não teria dúvida sobre a sua veracidade.

Ao se ter contato com um vídeo produzido com/por IA vem à mente diversos questionamentos como: direito à imagem, à honra, à privacidade, à identidade, entre outros; além das infinitas possibilidades de uso da tecnologia, seja para o bem ou para o mal. Neste contexto, surgiu o interesse na pesquisa, ou seja, pela necessidade de se investigar o Direito no uso de uma imagem reinventada, principalmente em uma sociedade que não está acostumada a criticar o que lhe é apresentado através de uma imagem ou um som.

O estudo, portanto, visa enfrentar o tema do direito de imagem e direitos correlatos na recriação digital e no *deepfake*. Neste sentido, tem-se a seguinte pergunta a ser respondida: como fica o direito à imagem e os correlatos em uma era de imagem reinventada?

O objetivo desta pesquisa é investigar o direito da imagem e correlatos na recriação digital e no *deepfake*. Para tanto, tem-se como fontes para o estudo a bibliografia especializada em recriação digital, *deepfake* e direitos de imagem e correlatos, como direito à honra, à privacidade e à identidade. O estudo revela-se importante por buscar contribuir com a discussão acerca da quebra da certeza de que aquilo que se vê pode não ser verdadeiro.

## 1 Referencial teórico

### 1.1 Recriação digital

#### 1.1.1 Hologramas

Em outubro de 2020, foi noticiado na mídia que o *rapper* Kanye West havia presenteado sua atual ex-esposa Kim Kardashian, em seu aniversário, com um “holograma” de seu falecido pai, Robert Kardashian, que morreu em 2003.<sup>6</sup> Através da utilização de imagem e som, uma simulação de seu pai a parabenizava pelo aniversário e dizia que continuava cuidando de todos de onde ele estivesse.<sup>7</sup>

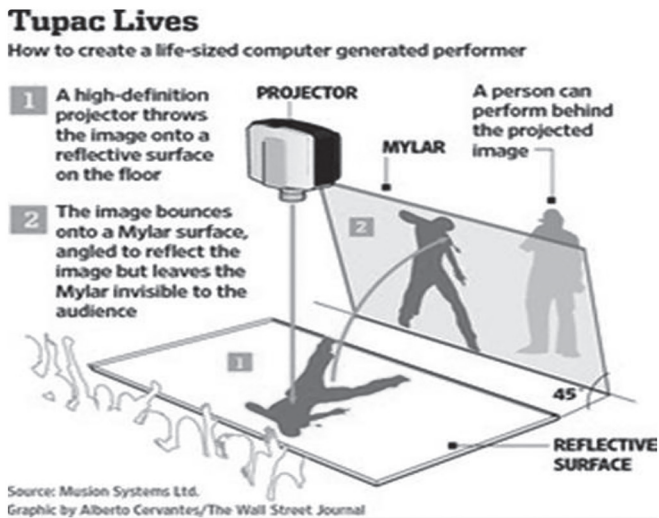
<sup>6</sup> REVISTA QUEM. *Kim Kardashian ganha holograma do pai como presente de Kanye West*. 29.10.2020. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2020/10/kim-kardashian-ganha-holograma-do-pai-como-presente-de-kanye-west.html>. Acesso em: 09 set. 2024.

<sup>7</sup> BTM AFRICA. *Surprise from Heaven: Kanye West Surprises Kim Kardashian With Hologram From Dad On 40th Birthday*. *Youtube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mumSFH5zqnk&t=52s>. Acesso em: 10 set. 2024.

Antes disso, em 2012 um holograma do falecido *rapper* californiano Tupac Shakur, morto em 1996, surpreendeu seu público ao proporcionar a aparição *post-mortem* do cantor em um dueto com Snoop Dogg.<sup>8</sup> Naquela ocasião, o fantasma de Tupac foi reconstruído e apresentado pela Digital Domain Media Group, empresa especializada em efeitos digitais de Hollywood, a partir da ideia e organização do *rapper* Snoog Dogg e do produtor Dr. Dre. Segundo notícias divulgadas à época, “[o] que foi mostrado no show não eram imagens de arquivo, mas uma imagem sintética criada em computador e projetada com o auxílio da reflexão [...]”.<sup>9</sup>

Para a elaboração da *performance* do artista, o holograma se utilizou de uma técnica chamada fantasma de Pepper. Criada e demonstrada pela primeira vez em 1862 pelo cientista inglês John Henry Pepper, a técnica trabalha com ilusionismo, utilizando-se da projeção de luz em um vidro que, além de passar por ele, também se faz refletir no mesmo. Para tanto, um vidro é instalado em um ângulo de 45 graus no local onde se deseja que a imagem apareça e é iluminado a partir de um espelho refletor, como é possível verificar na figura 1 a seguir:

**Figura 1** – Como criar um computador em tamanho real gerado por um executante



Fonte: KLEINA, Nilton. Tecmundo.com, 2012.

<sup>8</sup> YOUTUBE. SnoopDoggTV. Tupac Hologram Snoop Dogg and Dr. Dre. *Perform Coachella Live*. 2012. [n.p.]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TGbrFmPBV0Y>. Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>9</sup> KLEINA, Nilton. Como foi feito o holograma de Tupac Shakur que impressionou o mundo? *Tecmundo.com*. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/holografia/22409-como-foi-feito-o-holograma-de-tupac-shakur-que-impressionou-o-mundo-htm>. Acesso em: 12 set. 2024.

Interessante ressaltar que este efeito já vinha sendo utilizado na Mansão Mal-Assombrada localizada no parque temático Disneyland.<sup>10</sup> Os que já estiveram no parque devem se lembrar dos fantasmas dançando na sala através do vidro. Aqueles fantasmas eram mecanizados e dançavam abaixo dos visitantes, sendo refletidos nos vidros angulares instalados entre os convidados e a sala.

Os hologramas também já foram utilizados em momentos históricos da sociedade. Em 2015, por iniciativa do grupo *No Somos Delito*, ocorreu uma manifestação em Madrid, Espanha, que reuniu dezoito mil hologramas e ficou conhecida como *Hologramas por La Libertad*.<sup>11</sup>

**Figura 2** – Manifestação com hologramas em Madrid, Espanha



Fonte: YOUTUBE. DDB Worldwide, 2015.

A tecnologia foi empregada por conta da proibição da presença de pessoas em manifestações, o que motivou o grupo a corporificar os manifestantes em imagem e som na praça central da cidade, sem qualquer corpo presente. Conforme detalham Abreu, Nobre e Nicolau:

Não era possível ver, sequer, um manifestante. As vozes persistentemente provocativas avolumaram-se até as primeiras personagens holográficas surgirem, corporificando o discurso que se ouvia. Talvez mais impactante do que em uma passeata física, exatamente pela

<sup>10</sup> ELGAN, Mark. “Como hologamas, deepfakes e AR estão ressuscitando os mortos”. *Fast Company Brasil*. Tech. Disponível em: <https://fastcompanybrasil.com/tech/como-hologramas-deepfakes-e-ar-estao-ressuscitando-os-mortos/>. Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>11</sup> YOUTUBE. *No Somos Delito – Hologramas por la Libertad – Caso*. DDB España. 2015. [n.p.]. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Id26K\\_GEhMs](https://www.youtube.com/watch?v=Id26K_GEhMs). Acesso em: 02 set. 2024.

lógica inovadora do movimento, as projeções empunhavam cartazes, marchavam nas ruas e gritavam palavras de ordem como “a Lei Morada é uma ameaça”. A presença era claramente sentida e, sobretudo, simbolicamente visualizada por meio da holografia.<sup>12</sup>

Mais recentemente foram identificadas imagens humanas geradas por Inteligência Artificial (IA), conhecidas como *deepfake*.

### 1.1.2 *Deepfake*

Termo originado da fusão das palavras “deep learning” (aprendizagem profunda a partir do uso maciço de dados) e “fake” (fraudulento ou falsificado), *deepfake* pode ser definido como um tipo de mídia sintética criada a partir de imagens, áudio e vídeo que podem ter sido manipulados ou totalmente gerados por Inteligência Artificial (IA). São identidades falsas criadas a partir da aplicação de técnica de síntese de imagem humana gerada por IA. Cerdán Martínez e Padilha Castillo afirmam que “una *deepfake* o mentira profunda sería aquella que llega hasta los extremos de la recreación de lo real, cuando la percepción convencional no puede determinar si es verdad o falaz”.<sup>13</sup>

O termo *deepfake* teve sua origem em um membro anônimo de uma rede social chamada Reddit<sup>14</sup> que se utilizou do termo como seu nome de usuário. Em 2017, ele aplicou algoritmos de aprendizagem profunda para substituir o rosto da atriz israelense Gal Gadot, famosa por conta da personagem Mulher Maravilha, unindo-o ao corpo de outra atriz em um vídeo pornográfico, postando-o sem o consentimento da atriz naquela rede social. Segundo Cerdán Martínez *et al.*, “sólo para este tipo de vídeos y en sólo dos meses, contaba con 15.000 suscriptores”.<sup>15</sup> Outras celebridades internacionais também foram alvo do usuário, conforme informam Cerdán Martínez *et al.*:

<sup>12</sup> ABREU, Giovanna; NOBRE, Cândida; NICOLAU, Marcos. #EsteHologramaMeRepresenta: net-ativismo, autonomia e o primeiro protesto holográfico da história. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba*. Cultura Midiática. Ano IX, n. 16, p. 66. jan.-jun./2016 – ISSN 1983-5930.

<sup>13</sup> Em tradução livre: “Uma falsificação profunda seria aquela que vai ao extremo de recriar o real, quando a percepção convencional não pode determinar se é verdadeira ou falsa” (CERDÁN MARTÍNEZ, V.; PADILLA CASTILLO, G. (2019). Historia del fake audiovisual: deepfake y la mujer en un imaginario falsificado y perverso, en *Historia y comunicación social* 24 (2), 505-520. p. 506. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66293>).

<sup>14</sup> REDDIT. Disponível em: <https://www.reddit.com/>. Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>15</sup> Em tradução livre: Somente para este tipo de vídeos e, em apenas dois meses, teve 15.000 assinantes (CERDÁN MARTÍNEZ, V.; PADILLA CASTILLO, G. (2019). Historia del fake audiovisual: deepfake y la mujer en un imaginario falsificado y perverso, en *Historia y comunicación social* 24 (2), 505-520. p. 506. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66293>).

Celebridades internacionais como Christina Aguilera, Zoey Deschanel, Natalie Dormer, Selena Gómez, Ariana Grande, Scarlett Johansson, Keira Knightley, Willa Holland, Mila Kunis, Avril Lavigne, Jennifer Lawrence, Jennifer Love Hewitt, Natalie Portman, Margot Robbie, o Emma Stone, entre outras, siguem aparecendo em este tipo de audiovisuais deepfake.<sup>16</sup>

Figuras públicas como os Presidentes dos Estados Unidos da América Barack Obama e Donald Trump também já foram alvo de *deepfake*.

A criação de um *deepfake* ocorre a partir da combinação e sobreposição de imagens e vídeos preexistentes utilizando-se da tecnologia *Generative Adversarial Network* (GAN), ou rede geradora antagônica. Um exemplo de uso no cinema foi o caso da reconstrução digital do Comandante Tarkin no filme “Rogue One: Uma História Star Wars” (2016), salientando-se que o ator já havia falecido e todas as imagens de seu personagem foram criadas inteiramente a partir de Inteligência Artificial. Nesse caso, Medon ressalta e questiona que, “[v]alendo-se de técnicas computacionais, viabilizou-se a chamada ‘reconstrução digital’ da imagem do falecido ator, o que desperta questionamentos, como a necessidade de autorização dos herdeiros para a reconstrução da imagem”.<sup>17</sup>

Apesar de ser uma tecnologia incipiente, já está sendo possível que qualquer pessoa com um *smartphone* produza um *deepfake* com baixo custo e mínimo esforço, haja vista que esta tecnologia já pode ser encontrada em programas do dia a dia como Photoshop e Instagram. Outras ferramentas existentes são o DeepFaceLab<sup>18</sup> e o TrocaFace.<sup>19</sup>

## 1.2 Direito de imagem e direitos correlatos

Segundo Souza, “[c]onvencionou-se denominar “imagem” [os] atributos da pessoa percebidos em sua conduta particular ou em sua atividade profissional”.<sup>20</sup>

<sup>16</sup> Em tradução livre: “Celebridades internacionais como Christina Aguilera, Zoey Deschanel, Natalie Dormer, Selena Gomez, Ariana Grande, Scarlett Johansson, Keira Knightley, Willa Holland, Mila Kunis, Avril Lavigne, Jennifer Lawrence, Jennifer Love Hewitt, Natalie Portman, Margot Robbie, Emma Stone, entre outras, continuam aparecendo neste tipo de audiovisuais profundamente falsos” (CERDÁN MARTÍNEZ, V.; PADILLA CASTILLO, G. (2019). Historia del fake audiovisual: deepfake y la mujer en un imaginario falsificado y perverso, en *Historia y comunicación social* 24 (2), 505-520. p. 507. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66293>).

<sup>17</sup> MEDON, Filipe. O direito à imagem na era das deepfakes. *Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil*. Belo Horizonte, v. 27, p. 251-277. jan./mar. 2021. p. 262.

<sup>18</sup> Disponível em: [https://filehippo.com/download\\_deepfacelab/](https://filehippo.com/download_deepfacelab/)

<sup>19</sup> Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/troca-faces-2.html>

<sup>20</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 35.

Tem-se por esses atributos “o aspecto fisionômico e sua correspondente reprodução, expandindo-se o conceito de imagem no sentido de atingir ainda a referência a determinados atributos de uma pessoa em suas relações sociais”.<sup>21</sup> Conforme definição de Walter Moraes citada por Souza:

Imagem é forma da pessoa, expressão sensível da individualidade como foi dito, assentada fundamentalmente no corpo físico do homem, segue que é um bem inerente à natureza do homem, naturalmente integrante da personalidade, o que, vale dizer, é um bem essencial da personalidade. Por essencial, a imagem é obviamente inalienável, intransferível, inexpropriável, irrenunciável, porque tudo isso significaria privação de um bem essencial.<sup>22</sup>

Medon complementa que “[d]ireito à imagem hoje envolve, em larga medida, o uso da tecnologia, tanto na divulgação – inquestionavelmente mais veloz e potente com a internet –, como também na própria captura da imagem”.<sup>23</sup> O alcance transacional da internet faz com que qualquer imagem tenha uma descomunal amplitude de divulgação. Souza informa que:

A definição de um conceito relativo à imagem para fins de sua tutela jurídica, por seu turno, sempre motivou polêmica e discordâncias doutrinárias. Assim, há entendimentos que se fundam no sentido vulgar do vocábulo “imagem”, outros que procuram restringir o campo de proteção da imagem à seara das reproduções gráficas, e ainda os que buscam ampliar o espectro conceitual da imagem, abordando-a como exteriorização da personalidade humana.<sup>24</sup>

Considerando-se a amplitude do tema, faz-se importante esclarecer que o tratado neste artigo se limitará à utilização da imagem de alguém sem a sua autorização ou contra a sua vontade em imagens reinventadas como a recriação digital e o *deepfake*, compreendendo-se como imagem a exteriorização da personalidade humana. Esta se dá através de dois perfis: fisionomia e atributos. Sua tutela

<sup>21</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 35.

<sup>22</sup> MORAES, Walter. Verbete: “Direito à própria imagem”. Enciclopédia Saraiva de Direito. São Paulo: Saraiva, 1977, p. 340 *apud* SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*: Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 37.

<sup>23</sup> MEDON, Filipe. O direito à imagem na era das deepfakes. *Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil*. Belo Horizonte, v. 27, p. 251-277. jan./mar. 2021. p. 252.

<sup>24</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 36.



jurídica encontra-se fundamentada no artigo 5º, incisos V, X e XXVIII da Constituição Federal de 1988, conforme segue:

Artigo 5º, Constituição Federal/1988 – Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

V – É assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

[...]

X – São invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra, e a imagem das pessoas, assegurado o direito de indenização por dano material ou moral decorrente de sua violação;

[...]

XXVIII – São assegurados, nos termos da lei:

(a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas.<sup>25</sup>

Conforme Souza, é possível extrair do texto constitucional três hipóteses de tutela de proteção à imagem, sendo, respectivamente, “imagem-atributo”, “imagem-retrato” e “proteção da imagem como direito autoral”.<sup>26</sup>

### 1.2.1 Imagem-atributo

Tem-se por imagem-atributo o conjunto de particularidades de comportamento do indivíduo que o distingue dos demais. São as qualidades e defeitos do indivíduo reconhecidos socialmente. Segundo Souza, “[t]ais particularidades podem tanto abonar como desprestigiar a pessoa em referência, não possuindo, assim, qualquer identidade com a honra objetiva do sujeito”.<sup>27</sup> A partir desta percepção, tem-se que

---

<sup>25</sup> BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>26</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 40.

<sup>27</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 42.

“uma pessoa pode ser diligente ou preguiçosa, obediente ou indulgente, altruísta ou egoísta, progressista ou reacionária: todas as características aderem à pessoa tal qual um signo que a particulariza no trato com outrem e no desenvolvimento de suas atividades [...]”.<sup>28</sup>

A imagem-atributo é comumente utilizada em propagandas que visam proporcionar a identificação do seu público consumidor com os atributos daquela pessoa ali representada, buscando o reconhecimento e a necessidade de consumo por aquele público.

### 1.2.2 Imagem-retrato

Tem-se pela denominada imagem-retrato aquela relacionada à imagem percebida pela fisionomia da pessoa e sua reprodução. É a representação física do indivíduo, podendo ser do todo ou parte. Busca promover a proteção da identidade física da pessoa, bem como suas características, seja por conta da sua captação, seja pela veiculação da imagem representativa da fisionomia do indivíduo. Conforme Souza, a proteção abrange “certas partes do corpo de uma pessoa [...], na medida em que as mesmas possam gerar o imediato reconhecimento do indivíduo”.<sup>29</sup>

Importante ressaltar que a proteção da imagem-retrato também considera os limites concedidos pelo indivíduo para o uso de sua imagem. Quando autorizados o uso e veiculação da imagem por terceiro, ele deve cuidar para que não haja desvirtuamento do previamente acordado.

### 1.2.3 Proteção da imagem como Direito Autoral

Conforme Haddad, existe uma diferença entre direito autoral de imagem e direito de imagem. A primeira abrange aquele que produziu a imagem, a obra. Já a segunda abarca quem nela foi representado. Ela esclarece que: “Pode-se perceber que uma determinada pessoa pode aparecer em uma imagem/vídeo (desde que com sua autorização), mas o detentor dos direitos autorais ser outra”.<sup>30</sup> Souza esclarece que esta proteção “visa à tutela da pessoa enquanto criadora de uma

<sup>28</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 42.

<sup>29</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 40.

<sup>30</sup> HADDAD, Aline. *O que são os direitos autorais de imagem?* Unilavras. Disponível em: <https://unilavras.edu.br/2020/11/27/o-que-sao-direitos-autorais/>. Acesso em: 06 set. 2024.

determinada obra intelectual, especialmente no que tange à sua participação em obras coletivas, englobando, portanto, o chamado ‘direito de arena’ nas atividades desportivas”.<sup>31</sup> Por “direito de arena”, segundo o mesmo autor, “entende-se o direito de autorizar, ou proibir, a fixação, transmissão ou retransmissão de imagem de espetáculo desportivo, por qualquer meio ou processo”.<sup>32</sup>

## 1.2.4 Direitos correlatos

Importante ressaltar a existência de direitos da personalidade correlatos à imagem, como direito à honra, à privacidade e à identidade. Não se pode confundir o direito de imagem aos correlatos, pois existem fronteiras entre eles que alteram consideravelmente seus campos de aplicação.

### 1.2.4.1 Direito à honra

Inicia-se com a diferenciação entre direito à imagem e direito à honra, sendo esta “tanto o valor moral íntimo do homem, como a estima dos outros, ou a consideração social, o bom nome ou a boa fama, como, enfim, o sentimento ou a consciência da própria dignidade pessoal”.<sup>33</sup> O direito à honra enfoca, portanto, os conceitos que a pessoa tem de si (autoestima) e como é visto por terceiros (reputação).

Para exemplificar, considere uma propaganda realizada para determinada revista que contou com a captura da imagem de uma pessoa de forma autorizada; entretanto, por interesse da produtora, a mesma imagem foi utilizada em outras revistas sem a autorização do fotografado; neste caso, tem-se a violação do direito de imagem da pessoa. Continuando com o mesmo exemplo, se ao publicar, a produtora inclui algum texto ou comentário vexatório ou que possa macular a reputação da pessoa fotografada, haveria uma possível violação à honra, que ultrapassa a sua imagem.

<sup>31</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 40.

<sup>32</sup> SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 40.

<sup>33</sup> DE CUPIS, Adriano. Os direitos da personalidade. Lisboa: Livraria Moraes Editora, 1961 *apud* SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000. p. 49.

### 1.2.4.2 Direito à privacidade

Outra diferenciação importante é a existente entre direito à imagem e direito à privacidade. Por vezes vê-se noticiado que determinada pessoa pública teve sua privacidade violada pelo uso indevido de sua imagem; importante ressaltar que são coisas distintas. A privacidade consiste em se permitir ocultar algo de sua vida não dando conhecimento disso a terceiros.

Quando o indivíduo autoriza o uso de sua imagem para uma finalidade e constata que a destinação foi diversa daquela acordada, tem-se uma questão de direito de imagem e não de privacidade. Em outro exemplo, quando um terceiro se apropria da imagem de alguém e a utiliza como sendo sua, também não há invasão de privacidade, mas, sim, uso indevido de imagem.

O direito à privacidade é ferido, portanto, quando se dá conhecimento de algo que o indivíduo desejava manter oculto.

### 1.2.4.3 Direito à identidade

O direito à imagem e o direito à identidade se confundem, mas um é consequência do outro. Ocorre que a imagem é utilizada como forma de individualização do indivíduo, enquanto a identidade é a via de consequência desta individualização. Ao se buscar identificar uma pessoa, tem-se como interesse reconhecer determinado ente no meio da coletividade. Já a imagem se interliga ao interesse do indivíduo ao buscar se diferenciar dos demais.

Ambas se confundem, mas deve-se ter em mente que pode ocorrer dano à imagem de um indivíduo que não repercute na sua identidade, pois esta permanece proporcionando o reconhecimento do sujeito.

## 2 Metodologia

O caminho metodológico adotado para subsidiar a elaboração deste artigo foi a pesquisa bibliográfica, enquadrando-se na categoria exploratória, que compreendeu, em um primeiro momento, pesquisar os conceitos de recriação digital, hologramas, *deepfake*, além dos direitos de imagem (incluindo imagem-retrato, imagem-atributo e proteção à imagem como Direito Autoral), à honra, à privacidade e à identidade em trabalhos acadêmicos (artigos, teses, dissertações, monografias, livros). A coleta de dados foi realizada visando realizar um mapeamento teórico e exemplificativo objetivando apresentar um debate a partir de fatos ocorridos que abordassem o tema proposto.

### 3 Resultados e discussões

A Inteligência Artificial tem permitido a geração e manipulação de vídeos e áudios cada vez mais realistas e acessíveis a grande quantidade de pessoas. Com o uso da tecnologia, as imagens podem ser manipuladas para que qualquer pessoa seja personificada em lugares que nunca esteve antes, fazendo coisas e se expressando sem nunca ter feito aquilo.

A partir do uso da IA, podem ser produzidos vídeos, sons e imagens com pessoas já falecidas, sem as respectivas autorizações prévias. O que inicialmente seria supostamente irrelevante por conta do interesse exclusivo de entretenimento, pode vir a representar uma grande ameaça (e até mesmo uma arma) para a sociedade se utilizada por pessoas erradas e com o objetivo de atingir a imagem de terceiro.

Neste sentido, importante discutir os efeitos do uso da IA na produção de vídeos com recriação digital e *deepfake* em relação aos direitos de imagem e outros direitos correlatos da pessoa ali representada.

#### 3.1 Em casos *post mortem*

Importante destacar que no Brasil tem-se como invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, conforme rege a o artigo 5º, inciso X da Constituição Federal:

Artigo 5º – Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] 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; [...].<sup>34</sup>

Nesse sentido, faz-se necessária autorização para a transmissão da palavra ou o uso da imagem, podendo ensejar indenização nos casos em que atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, incluindo as que se destinam a fins comerciais, conforme determina o artigo 20 do Código Civil:

<sup>34</sup> BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 02 set. 2024.

Artigo 20. 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.<sup>35</sup>

E ainda, conforme disposto no parágrafo único do mesmo artigo, “Em se tratando de morto ou de ausente, são legítimas para requerer essa proteção o cônjuge, os ascendentes ou os descendentes”.<sup>36</sup>

Neste ponto podem ser levantados vários questionamentos, tais quais: (i) como mensurar se uma imagem reinventada atingiu a honra, boa fama e a respeitabilidade de alguém, tanto dos vivos, quanto dos mortos?; (ii) o fato do cônjuge, dos ascendentes ou descendentes serem partes legítimas para proteger a divulgação e utilização da imagem de uma pessoa falecida, também serve de autorização para que a explore *post mortem*, mesmo que o ente não tenha deixado uma autorização em vida?

Dois exemplos recentes de uso autorizado por familiares para fins comerciais de imagem de pessoas falecidas chamaram a atenção no Brasil. O primeiro foi o lançamento e comercialização de uma cerveja do Grupo Petrópolis Cervejaria – Itaipava com a marca *Cacildis*. Em sua embalagem, a bebida traz a imagem do falecido humorista Mussum da trupe de Os Trapalhões, além de usar sua imagem e voz em algumas propagandas, tudo (segundo veiculado pela mídia) foi autorizado pelo seu filho Sandro Gomes.<sup>37</sup>

Outro exemplo é a Campanha de Dia dos Pais do Mercado Livre utilizando Inteligência Artificial para recriar a voz do senhor José Antunes Coimbra, falecido em 1986, pai do jogador Zico, pedindo-lhe para fazer um gol no Maracanã, haja vista que nunca conseguiu presenciar um único gol de seu filho naquele estádio.<sup>38</sup>

<sup>35</sup> BRASIL. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. *Diário Oficial da União*. 11 de janeiro de 2002. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm). Acesso em: 06 set. 2024.

<sup>36</sup> BRASIL. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. *Diário Oficial da União*. 11 de janeiro de 2002. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm). Acesso em: 06 set. 2024.

<sup>37</sup> MARTINS, Omar Marrom. “‘Cacildis’ está chegando! Filho de Mussum lança cerveja em Salvador”. *Correio*. Entretenimento. 2019. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/cacildis-esta-chegando-filho-de-mussum-lanca-cerveja-em-salvador/>. Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>38</sup> YOUTUBE. “Zico ouve a voz do pai novamente no Maracanã”. *Show do Esporte*. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uLF-Fs7pPMk>. E: <https://exame.com/marketing/mercado-livre-recria-voz-de-pai-de-zico-e-faz-pedido-no-maracana/>. Acesso em: 10 set. 2024. n.p.

Em ambos os casos, os personagens, cuja imagem e voz foram utilizadas, não haviam deixado autorização prévia aos seus familiares, até por que, quando de seus falecimentos, não havia ideia da possibilidade do uso da tecnologia para este fim.

Nos dois casos citados não há na legislação qualquer impedimento de reinvenção da imagem *post mortem*, principalmente quando feita por herdeiro dos direitos do falecido, haja vista ser este o responsável legal e beneficiário dos bens dos falecidos. Pode-se interpretar que, por ausência de proibição do uso da imagem e som *post mortem*, os herdeiros não estariam proibidos de os utilizar.

Interessante ressaltar que a reinvenção da imagem não deveria contrariar a imagem-atributo do falecido, entretanto, questiona-se quem deveria ter a atribuição de reclamar no caso em que a própria família venha a autorizar o uso da imagem de forma diversa do que o falecido se identificaria.

### 3.2 Uso político

E quando o uso da tecnologia tem a finalidade de atingir a honra e a imagem da pessoa ali representada? A história política brasileira já conta com um episódio recente neste sentido quando da eleição municipal para a Prefeitura da Cidade de São Paulo. Durante a campanha eleitoral para o município de São Paulo em 2018, circulou nas redes sociais (e infelizmente foi compartilhado como verdadeiro por milhares de pessoas que acreditavam na veracidade do vídeo) um vídeo no qual o candidato a Prefeito João Dória participava de um ato de cunho libidinoso com seis mulheres. Mesmo com a vítima indo a público para informar a sociedade que o vídeo se tratava de uma *deepfake*, alguns laudos chegaram a afirmar que o vídeo era verdadeiro,<sup>39</sup> o que demonstra o quão perigoso é para a sociedade não estar preparada para este novo uso da Inteligência Artificial.

No caso do então candidato a Prefeito, vê-se que o objetivo era denegrir a imagem-atributo e sua honra, objetivando que seus eleitores passassem a desconfiar de sua pessoa, principalmente no que tange ao que defendia ser de família e bons costumes. Se o vídeo fosse verdadeiro, poderia ser considerado que seu direito à privacidade tinha sido atingido.

Importante ressaltar que logo após a publicação e o compartilhamento do vídeo de João Dória no país, o Código Penal brasileiro foi alterado para incluir no seu rol de crimes o ato de produzir, fotografar, filmar ou registrar qualquer meio ou

<sup>39</sup> FEITOSA JUNIOR, Alessandro. “Novo laudo feito por perito aponta que vídeo de Doria é real”. *Gizmodo Brasil*. 31 out. 2018. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/video-doria-laudo/>. Acesso em: 02 set. 2024.

conteúdo com cenas de nudez ou ato sexual sem autorização dos participantes, conforme pode ser visto no artigo 216-B:

Artigo 216-B. Produzir, fotografar, filmar ou registrar, por qualquer meio, conteúdo com cena de nudez ou ato sexual ou libidinoso de caráter íntimo e privado sem autorização dos participantes: Pena – detenção, de 6 (seis) meses a 1 (um) ano, e multa. Parágrafo único. Na mesma pena incorre quem realiza montagem em fotografia, vídeo, áudio ou qualquer outro registro com o fim de incluir pessoa em cena de nudez ou ato sexual ou libidinoso de caráter íntimo.<sup>40</sup>

Já em seu parágrafo único, o artigo 216-B do Código Penal abarcou na mesma pena “quem realiza montagem em fotografia, vídeo, áudio ou qualquer outro registro com o fim de incluir pessoa em cena de nudez ou ato sexual ou libidinoso de caráter íntimo”.

### 3.3 *Infocalypse*

A desinformação produzida, como no caso do candidato à Prefeitura de São Paulo e outros mundo afora, tem recebido o nome de *Infocalypse*. O termo foi utilizado pela primeira vez em 2016 pelo americano Aviv Ovadya para alertar a sociedade sobre o risco da desinformação a partir do uso manipulado de dados.<sup>41</sup> Aviv entendia que “the Infocalypse is not a static ‘thing’ or one-off event, but rather an ever-evolving state of affairs, in which we all increasingly exist”.<sup>42</sup> A partir das palavras do tecnólogo, é possível extrair uma genuína preocupação sobre as possíveis consequências que um uso equivocado da tecnologia de Inteligência Artificial pode proporcionar para a sociedade.

Schick acrescenta que “the Infocalypse is evolving into an ever-more potent phenomenon with dangerous implications for everything from geopolitics to our individual lives”.<sup>43</sup> Ela defende que a sociedade tem sido inundada de desinformação e mensagens com o intuito de enganar e manipular para fins nefastos. E argumenta que:

<sup>40</sup> BRASIL. Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Código Penal. *Diário Oficial da União de 31 de dezembro de 1940*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del2848compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm). Acesso em: 06 set. 2024.

<sup>41</sup> SCHICK, Nina. *Deep Fakes the Coming Infocalypse*. [s.l.: n.p.]. Twelve, 2020. ISBN: 978-1-5387-5431-1.

<sup>42</sup> Em tradução livre: “O Infocalipse não é uma ‘coisa’ estática ou um evento isolado, mas sim um estado de coisas em constante evolução, no qual todos nós existimos cada vez mais” (SCHICK, Nina. *Deep Fakes the Coming Infocalypse*. [s.l.: n.p.]. Twelve, 2020. ISBN: 978-1-5387-5431-1).

<sup>43</sup> Em tradução livre: “O Infocalipse está evoluindo para um fenômeno cada vez mais potente com implicações perigosas para tudo, desde a geopolítica até nossas vidas individuais” (SCHICK, Nina. *Deep Fakes the Coming Infocalypse*. [s.l.: n.p.]. Twelve, 2020. ISBN: 978-1-5387-5431-1).



As machines get better at generating synthetic media, the ways in which humans interact with one another and interpret information and the world will transform. Accompanying this AI revolution will be increasingly sophisticated mis- and disinformation in the form of deepfakes.<sup>44</sup>

O problema do uso desenfreado da IA na manipulação das imagens é que a mente humana não está preparada para duvidar daquilo que vê, pelo contrário, entende como verdadeiro (ou pelo menos não falso) o que pode ser perceptível visualmente. É o “ver para crer” de São Tomé como dito na introdução. O fato de se saber que uma IA pode efetivamente criar uma materialização de ser humano é algo ainda desconhecido por muitos. Existem sistemas que, a partir de partes de rostos de terceiros, cria imagens de pessoas irreais. Tais criações ultrapassam a compreensão das pessoas acostumadas a terem na visão a possibilidade da afirmação de algo como verdadeiro. Como afirma Schick: “As synthetic media become ubiquitous, however, we have to prepare for a world where seeing and hearing are no longer believing”.<sup>45</sup>

É importante que haja divulgação à sociedade dessas possibilidades, para que se possa treinar o cérebro a criticar qualquer informação que pareça minimamente estranha ou irreal, principalmente, pois, essas imagens, vídeos e sons saíram do ambiente cinematográfico e estão cada vez mais nos *smartphones* de todos. Ou seja, qualquer pessoa atualmente pode receber um vídeo ou gravação falsa que, se não estiver preparada, não conseguirá perceber a falsidade e acabará sendo enganada. E pior, ainda poderá compartilhar a mensagem perpetuando-a na rede mundial de computadores, fazendo com que a mídia ganhe repercussões de suposta veracidade. Como afirma Cerdán Martínez *et al.*, “Esa mezcla de realismo (formal) con un contenido absurdo, fantástico o cómico genera en el espectador una sensación de cercanía muy potente”.<sup>46</sup>

Outro perigo que tem preocupado os especialistas está na dificuldade de se identificar uma imagem reinventada à medida que a Inteligência Artificial tem se

<sup>44</sup> Em tradução livre: “À medida que as máquinas se aperfeiçoam na geração de meios sintéticos, as formas pelas quais os humanos interagem entre si e interpretam a informação e o mundo se transformarão” (SCHICK, Nina. *Deep Fakes the Coming Infocalypse*. [s.l.: n.p.]. Twelve, 2020. ISBN: 978-1-5387-5431-1).

<sup>45</sup> Em tradução livre: “À medida que os meios sintéticos se tornam onipresentes, no entanto, temos que nos preparar para um mundo onde ver e ouvir não seja acreditar por mais tempo” (SCHICK, Nina. *Deep Fakes the Coming Infocalypse*. [s.l.: n.p.]. Twelve, 2020. ISBN: 978-1-5387-5431-1).

<sup>46</sup> Em tradução livre: “Esta mistura de realismo (formal) com conteúdo absurdo, fantástico ou cômico gera uma sensação muito poderosa de proximidade no espectador” (CERDÁN MARTÍNEZ, V.; PADILLA CASTILLO, G. Historia del fake audiovisual: deepfake y la mujer en un imaginario falsificado y perverso, en *Historia y comunicación social* 24 (2), 505-520. p. 506. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66293>).

aprimorado. A partir do momento em que a IA tem sido a responsável pela própria criação das imagens, pela experiência acumulada a IA tem conseguido consertar eventuais falhas anteriormente percebidas, resultando em vídeos, imagens e sons cada vez mais perfeitos, tornando difícil identificá-los como *deepfake*. Nesse sentido, os *experts* têm considerado que a busca pela melhor IA de detecção de *deepfake* é uma verdadeira corrida armamentista, haja vista a possibilidade de seu uso nas próximas eleições ao redor do mundo.

Na busca deste melhoramento, já existem detectores que permitem medir o ritmo de batimentos cardíacos e a circulação do fluxo sanguíneo da pessoa que aparece no vídeo, objetivando tentar identificar se ela foi ou não manipulado.

## Considerações finais

Esta pesquisa teve como foco principal investigar o direito de imagem e correlatos na recriação digital e no *deepfake*. Como objetivo secundário, buscou-se promover um estudo sobre os conceitos de recriação digital, hologramas, *deepfake*, além dos direitos de imagem (incluindo imagem-retrato, imagem-atributo e proteção à imagem), à honra, à privacidade e à identidade. O objetivo secundário foi atingido ao ser possível apresentar a diferenciação de conceitos de recriação digital, dos tipos de direitos de imagem e dos direitos correlatos.

No tocante à recriação digital, surpreendeu como o uso da Inteligência Artificial está avançado e que, apesar de inicialmente percebido como uma forma de entretenimento, tem uma infeliz possibilidade de ser utilizada para fins políticos com possíveis graves consequências para a sociedade acostumada a ter na imagem o retrato da veracidade. A visão deixou de ser o comprovante de veracidade dos atos e fatos, passando a dúvida a ser a única certeza da sociedade. Constatou-se, também, a importância do conhecimento dessas diferenciações para a correta busca da reparação civil do dano causado, evitando-se confusão de conceitos que podem ser combatidos pela outra parte e resultarem em ausência de indenização por erro conceitual e não por ausência efetiva de dano.

Quanto ao objetivo principal, ele foi atingido a partir da percepção de que a legislação vigente não tem sido suficiente para abranger todos os possíveis riscos que uma imagem reinventada pode trazer de consequências para a sociedade. Por exemplo, o uso de imagens reinventadas de pessoas falecidas, sem a prévia autorização destas, pode ser considerada ineficaz ao se atentar que quem deveria proteger a imagem da pessoa falecida é quem se remunera do seu uso. Assim, neste momento, somente uma autorização negativa de uso poderia ser uma resposta para que não se perpetue a exploração *post mortem* da imagem de

um indivíduo. Já no que se refere ao *deepfake*, percebe-se que a sociedade ainda não se encontra preparada para a correta identificação da falsificação, sendo perceptível pela informação de que o vídeo do candidato João Dória foi dado como verdadeiro através de um laudo pericial.

Necessário destacar que a presente pesquisa não se prestou a exaurir os debates sobre as repercussões das recriações digitais e do *deepfake* no Direito e na sociedade, limitando-se ao direito de imagem e correlatos das pessoas que têm suas imagens utilizadas sem autorização, questões aquelas que ficam como sugestão de aprofundamento em trabalhos futuros.

## Referências

A8SE. *Você precisa ver pra crer?* Veja como São Tomé inspira a busca pela verdade. Sergipe. 2015. Disponível em: <https://a8se.com/noticias/sergipe/voce-precisa-ver-pra-crer-veja-como-sao-tome-inspira-a-busca-pela-verdade/>. Acesso em: 02 set. 2024.

ABREU, Giovanna; NOBRE, Cândida; NICOLAU, Marcos. #EsteHologramaMeRepresenta: net-ativismo, autonomia e o primeiro protesto holográfico da história. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba*. Cultura Midiática. Ano IX, n. 16 – jan.-jun./2016. ISSN 1983-5930. Disponível em: <https://periodicos3.ufpb.br/index.php/cm/article/view/29361/15676>. Acesso em: 02 set. 2024.

BÍBLIA SAGRADA. *Nova Bíblia Viva Português*. [s.l.]. Disponível em: <https://www.bible.com/pt/bible/1608/JHN.20.25.NBV-P>. Acesso em: 02 set. 2024.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 02 set. 2024.

BRASIL. Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Código Penal. *Diário Oficial da União de 31 de dezembro 1940*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del2848compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm). Acesso em: 06 set. 2024.

BRASIL. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. *Diário Oficial da União de 11 de janeiro de 2002*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm). Acesso em: 06 set. 2024.

BTM AFRIKA. Surprise from Heaven: Kanye West Surprises Kim Kardashian with Hologram from Dad on 40th Birthday. *Youtube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mumSFH5zqnk&t=52s>. Acesso em: 10 set. 2024.

CERDÁN MARTÍNEZ, V.; PADILLA CASTILLO, G. Historia del fake audiovisual: deepfake y la mujer en un imaginario falsificado y perverso, en *Historia y comunicación social* 24 (2), 505-520. 2019. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66293>

DE CUPIS, Adriano. “Os direitos da personalidade”. Lisboa: Livraria Morais Editora, 1961 *apud* SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000.

- ELGAN, Mark. “Como hologamas, deepfakes e AR estão ressuscitando os mortos”. *Fast Company Brasil*: Tech. Disponível em: <https://fastcompanybrasil.com/tech/como-hologramas-deepfakes-e-ar-estao-ressuscitando-os-mortos/>. Acesso em: 02 set. 2024.
- FEITOSA JUNIOR, Alessandro. Novo laudo feito por perito aponta que vídeo de Doria é real. *Gizmodo Brasil*. 31 out. 2018. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/video-doria-laudo/>. Acesso em: 02 set. 2024.
- HADDAD, Aline. *O que são os direitos autorais de imagem?* Unilavras. Disponível em: <https://unilavras.edu.br/2020/11/27/o-que-sao-direitos-autorais/>. Acesso em: 06 set. 2024.
- KLEINA, Nilton. “Como foi feito o holograma de Tupac Shakur que impressionou o mundo?” *Tecmundo.com*. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/holografia/22409-como-foi-feito-o-holograma-de-tupac-shakur-que-impressionou-o-mundo-htm>. Acesso em: 12 set. 2024.
- LOUREDO, Paula. *Visão*. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/oscincosentidos/visao.htm>. Acesso em: 02 set. 2024.
- MARTINS, Omar Marrom. “‘Cacildis’ está chegando! Filho de Mussum lança cerveja em Salvador”. *Correio. Entretenimento*. 2019. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/cacildis-esta-chegando-filho-de-mussum-lanca-cerveja-em-salvador/>. Acesso em: 02 set. 2024.
- MEDON, Filipe. O direito à imagem na era das *deepfakes*. *Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil*. Belo Horizonte, v. 27, p. 251-277, jan./mar. 2021.
- MORAES, Walter. Verbete “Direito à própria imagem”. Enciclopédia Saraiva de Direito. São Paulo: Saraiva, 1977, p. 340 *apud* SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000.
- REDDIT. Disponível em: <https://www.reddit.com/>. Acesso em: 02 set. 2024.
- SCHICK, Nina. *Deep Fakes the Coming Infocalypse*. [s.l.; n.p.]. Twelve, 2020. ISBN: 978-1-5387-5431-1.
- REVISTA QUEM. Kim *Kardashian ganha holograma do pai como presente de Kanye West*. 29.10.2020. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2020/10/kim-kardashian-ganha-holograma-do-pai-como-presente-de-kanye-west.html>. Acesso em: 09 set. 2024.
- SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. Contornos atuais do direito à imagem. *Revista trimestral de Direito Civil: RTDC*. Rio de Janeiro: Padma, 2000.
- YOUTUBE. *No Somos Delito – Hologramas por la Libertad – Caso*. DDB España. 2015. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=ld26K\\_GEhMs](https://www.youtube.com/watch?v=ld26K_GEhMs). Acesso em: 02 set. 2024.
- YOUTUBE. SnoopDoggTV. Tupac Hologram Snoop Dogg and Dr. Dre. *Perform Coachella Live 2012*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TGbrFmPBVOY>. Acesso em: 02 set. 2024.

YOUTUBE. “Zico ouve a voz do pai novamente no Maracanã”. *Show do Esporte*. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uLF-Fs7pPMk>. E também: <https://exame.com/marketing/mercado-livre-recria-voz-de-pai-de-zico-e-faz-pedido-no-maracana/>. Acesso em: 10 set. 2024.

---

Informação bibliográfica deste texto, conforme a NBR 6023:2018 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT):

SANTOS, Felipe Ferreira Simões dos. A recriação digital e o *deepfake*: não se pode mais acreditar em tudo que se vê. *Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil*, Belo Horizonte, v. 34, n. 2, p. 255-275, abr./jun. 2025. DOI: 10.33242/rbdc.2025.02.011.

---

Recebido em: 16.02.2025

Aprovado em: 15.04.2025