

IA, voz e direito à imagem: uma nova fronteira jurídica em Hollywood

Nos últimos meses, dois grandes nomes do cinema, Matthew McConaughey e Michael Caine, tornaram-se protagonistas de uma transformação jurídica e tecnológica que pode redefinir a proteção dos direitos de personalidade na era da inteligência artificial. Ambos celebraram acordos com a empresa norte-americana ElevenLabs, especializada em clonagem de voz por IA, autorizando a utilização das suas vozes em versões licenciadas e controladas para fins comerciais e de comunicação.

O passo de McConaughey vai ainda mais longe e é, do ponto de vista jurídico, especialmente interessante: o ator procedeu ao registo da sua voz, da sua imagem e até da expressão icónica “*alright, alright, alright*” do filme *Dazed and Confused* como marcas registadas junto do United States Patent and Trademark Office. A estratégia apresentada trata-se de uma das primeiras tentativas relevantes de utilização do direito das marcas - que normalmente assinala e protege produtos e serviços - para travar a apropriação não consentida por sistemas de IA. Esta opção parece traduzir uma mudança de paradigma: a voz e a imagem deixam de ser apenas expressão de direitos de personalidade, passando também a ser tratadas como ativos de propriedade industrial, estrategicamente geridos e monetizados.

Esta abordagem pretende responder a um duplo risco bastante concreto: por um lado, a ameaça reputacional causada pelas *deepfakes* e clones não autorizados; por outro, a perda de oportunidades de licenciamento decorrente da exploração económica, por terceiros, de identidades mediáticas. Num contexto em que modelos de IA são treinados a partir de enormes conjuntos de dados, muitas vezes contendo material protegido, celebridades e criadores parecem assim procurar novos instrumentos jurídicos que reforcem os pilares do consentimento, da atribuição e da compensação, deixando a questão de ser “IA sim ou não”, para passar a ser “IA com que condições, com que contratos e com que garantias de controlo e remuneração”.

A parceria com a ElevenLabs e a criação de um “Iconic Voices Marketplace” para licenciamento de vozes de figuras públicas tornam particularmente evidente uma clivagem: a diferença entre uso autorizado e exploração abusiva. A IA não surge nesta sede como

substituto desumanizador, mas como tecnologia que pode ser integrada em modelos contratuais e de licenciamento, desde que exista um quadro claro de controlo, remuneração e respeito pelos direitos de personalidade.

O que está em jogo na Europa?

Esta realidade levanta novas questões aos ordenamentos jurídicos, incluindo o português e o europeu. Se, por um lado, o direito à imagem e à voz é tradicionalmente enquadrado ao nível dos direitos de personalidade (com tutela constitucional e civil), por outro, parte da doutrina começa a sustentar a ideia de que se torna necessário reconhecer, de forma mais explícita, a dimensão patrimonial e marcária destes elementos, sobretudo perante a proliferação de deepfakes e clones vocais. A experiência norte-americana poderá assim servir, pelo menos em termos comparados, como laboratório para futuros desenvolvimentos legislativos e jurisprudenciais, nomeadamente em torno da utilização da marca e de figuras próximas do direito de publicidade para proteger a “identidade digital” de pessoas famosas.

Mais do que um episódio mediático, a estratégia de McConaughey poderá converter-se num precedente relevante na discussão sobre as fronteiras entre inovação tecnológica, direitos de personalidade e propriedade intelectual. Num ecossistema em que a IA desafia os conceitos clássicos de autoria, titularidade e exploração económica, atores e criadores começam a reivindicar não apenas o seu “direito à imagem”, mas um verdadeiro “direito à arquitetura jurídica” da sua própria identidade.

No plano europeu, assiste-se a uma resposta em três camadas: regulação horizontal da IA, regras de transparência para conteúdos artificiais e reformas nacionais em matéria de direitos de personalidade. O AI Act da UE consagra obrigações específicas de transparência para *deepfakes*, exigindo que conteúdos áudio, vídeo ou imagem gerados ou manipulados por IA sejam claramente rotulados como tais, mas deixa a tutela substantiva da voz e da imagem para o direito nacional (direitos de personalidade, de autor, marca, concorrência desleal).

Paralelamente, alguns Estados-Membros começam a ir mais longe, combinando instrumentos civis, penais e regulatórios para proteger a identidade digital, nomeadamente

através da repressão de deepfakes de voz e imagem não consentidos. Estes movimentos parecem assim revelar uma tendência para densificar o núcleo de proteção da pessoa face à síntese e manipulação algorítmica da sua aparência e da sua voz.

Desafios europeus para um “modelo McConaughey”

O “modelo McConaughey”, ou seja, o uso estratégico de marcas e contratos para criar um perímetro económico em torno da própria identidade, enfrenta, na Europa, pelo menos três grandes desafios.

- I) Em primeiro lugar, a fragmentação normativa: cada Estado-Membro experimenta soluções próprias, o que complica a aplicação uniforme a serviços de IA transfronteiriços.
- II) Em segundo lugar, persistem dúvidas quanto à admissibilidade e ao alcance de marcas constituídas por voz, imagem e catchphrases de pessoas singulares, em tensão com a liberdade de expressão, o uso jornalístico, artístico ou satírico e a própria função essencial da marca enquanto sinal de origem.
- III) Por fim, começa a ganhar relevo, sobretudo em sede comparada e em propostas legislativas norte-americanas (como o NO FAKE Act), a ideia de um eventual “direito de réplica digital” (digital replica right), habitualmente entendido como concretização tecnológica do tradicional right of publicity. Em termos teóricos, a proposta passa por conferir a qualquer pessoa – não apenas a figuras públicas – um direito autónomo de autorizar ou proibir a criação e utilização de réplicas digitais da sua identidade – nome, imagem, voz e aparência visual – geradas por IA, bem como de participar no valor económico dessas utilizações.

Conclusão: o desafio europeu

Em última análise, o caso McConaughey obriga o espaço europeu a responder a uma pergunta incómoda, mas inevitável: até que ponto os ordenamentos nacionais e o quadro da UE estão preparados para reconhecer a identidade digital – voz, imagem, traços distintivos –

como um bem jurídico com dimensão patrimonial própria, sem sacrificar a liberdade de expressão e a circulação de obras culturais?

Entre a tentação de explorar caminhos como o proposto nos EUA de um direito de réplica digital e a tradição europeia de ancorar tudo nos direitos de personalidade, o verdadeiro desafio será construir uma resposta que não chegue tarde demais face à velocidade da IA, nem cedo demais ao ponto de cristalizar soluções que inibam a experimentação criativa e tecnológica.

Maria Mendonça

 paxlegal@paxlegal.pt

Janeiro 2026

 www.paxlegal.pt

Paxlegal

 Av. Eng. Duarte Pacheco, Torre 1
14.º andar – Sala 1
1070-101 Lisboa, Portugal