

**FACULDADE DE DIREITO MILTON CAMPOS
WALTER JOSÉ DE AGUIAR MENDES**

**OS EFEITOS DA INTERNET NOS SUPOSTOS DIREITOS DA
PERSONALIDADE DA EMPRESA**

Nova Lima
2012

WALTER JOSÉ DE AGUIAR MENDES

**OS EFEITOS DA INTERNET NOS SUPOSTOS DIREITOS DA
PERSONALIDADE DA EMPRESA**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação *Stricto Sensu* da Faculdade de Direito Milton Campos, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Direito.

Área de concentração: Direito Empresarial

Orientador: Prof. Dr. Carlos Alberto Rohrmann

Nova Lima
2012

M 537 e	<p>MENDES, Walter José de Aguiar</p> <p>Os efeitos da internet nos supostos direitos da personalidade da empresa /Walter José de Aguiar Mendes – Nova Lima: Faculdade de Direito Milton Campos, 2012.</p> <p>100 f., enc.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Carlos Alberto Rohrmann</p> <p>Dissertação (Mestrado) – Dissertação para obtenção do título de Mestre, área de Concentração Direito empresarial junto a Faculdade de Direito Milton Campos.</p> <p>Bibliografia: f. 100-107</p> <p>1. Direito virtual. 2. Empresa. 3. Direitos da Personalidade. 4. Internet. I. Rohrmann, Carlos Alberto. II. Faculdade de Direito. III. Título.</p> <p>CDU 681.324</p>
---------	---



Faculdade de Direito Milton Campos – Mestrado em Direito Empresarial

Dissertação intitulada: "*OS EFEITOS DA INTERNET NOS SUPOSTOS DIREITOS DA PERSONALIDADE DA EMPRESA*" de autoria do Mestrando **Walter José de Aguiar Mendes**, para exame da banca constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Carlos Alberto Rohrmann
Orientador

Prof. Dr.

Prof. Dr.

Aos meus pais, com a gratidão de quem lhes deve tudo.

AGRADECIMENTOS

Acima de tudo e todos, dou graças à Deus.

Terminado este trabalho, muita gratidão à muitos é devida. Deles cito alguns, dedicando igual reconhecimento aos que restarem inominados.

Agradeço meus pais, sem cujo apoio não teria nem o que agradecer.

A Sheila, pelo incentivo e companhia constantes.

Na pessoa da Dra. Miriam de Abreu Machado e Campos, que nos deixou durante esta gratificante jornada, rendo preito a todos os ótimos professores e funcionários administrativos do Mestrado em Direito Empresarial da Faculdade de Direito Milton Campos.

Aos colegas do Mestrado, pela amizade construída e pelo companheirismo, tanto na diversão quanto na dificuldade.

Finalmente, agradeço meu orientador, Dr. Carlos Alberto Rohrmann, que desde a graduação me incentivou a ir além.

Dicebat Bernardus Carnotensis nos esse quasi nanos, gigantium humeris insidentes, ut possimus plura eis et remotiora videre, non utique proprii visus acumine, aut eminentia corporis, sed quia in altum subvenimur et extollimur magnitudine gigantea.

John of Salisbury (*Metalogicon*, 1159)

RESUMO

Este trabalho pretende analisar os efeitos que as novas tecnologias da comunicação, em especial a Internet e as redes sociais, têm sobre os chamados direitos da personalidade da empresa. Para isso, após um estudo dos fundamentos da personalidade jurídica, é feita uma revisão crítica da literatura acerca da extensão às empresas dos direitos da personalidade. Ao final, se analisam as mencionadas tecnologias e seu papel na mudança da relação entre a empresa e o consumidor; para daí culminar com o estudo da regulação do ambiente virtual após a emergência deste novo paradigma.

Palavras-chave: Direito Virtual. Empresa. Direitos da personalidade. Internet.

ABSTRACT

This dissertation analyses the effect that new communication technologies, such as the Internet and social networks, have on so-called companies' personality rights. After studying the fundamentals of personality rights, recent literature on the extension of such rights to companies is reviewed. Finally, these technologies and their impacts on the relation between companies and consumers are analysed, as well as developments on Internet regulation following this paradigm shift.

Keywords: Internet Law. Companies. Personality rights. Internet.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	EMPRESA	13
2.1	Intróito: natureza das pessoas jurídicas	13
2.2	Teoria da ficção (Personificationstheorie)	14
2.3	Teoria da representação (Personenrolle)	16
2.4	Teoria Individualista	17
2.5	Teoria do patrimônio destinado a uma finalidade	18
2.6	Teoria da propriedade coletiva	18
2.7	Teoria da vontade (Willenstheorie)	20
2.8	Teorias organicistas	21
2.9	Teoria da realidade objetiva ou da realidade orgânica	22
2.10	Teoria da realidade jurídica	25
3	DIREITOS DA PERSONALIDADE	27
3.1	Intróito: empresa e direitos da personalidade	27
3.2	Tratamento normativo: Constituição e Código Civil	29
3.3	A extensão dos direitos	31
3.4	Dano moral da pessoa jurídica: a moralização do dano patrimonial	41
3.5	Conclusões	43
4	INTERNET	44
4.1	Globalização, Internet e valorização da marca	45
4.2	A reputação como importante ativo da empresa	46
4.3	A Internet como fator de vulnerabilidade da reputação	48
4.3.1	As Mídias Sociais e sua ameaça à reputação das empresas	49
4.4	Uma nova relação entre empresa e consumidor: transparência	53
4.5	Reviews e Ratings: nasce a reputação digital	57
4.6	Danos à reputação da empresa no ambiente virtual	64
4.7	Liberdade de expressão versus integridade da reputação	67
4.8	Tutela do ambiente virtual	75
4.8.1	Reparação de danos e territorialidade	84
4.8.2	Inviabilidade da tutela jurisdicional	86
4.8.3	Anonimato: o velho oeste	90
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	94
	REFERÊNCIAS	100

1 INTRODUÇÃO

O trabalho aqui desenvolvido teve por embrião a constatação dos efeitos que a popularização da Internet trouxe para a realidade das empresas. A relação que se estabeleceu entre elas é profundamente dicotômica. Por um lado, a Internet se tornou uma excelente ferramenta de trocas para a empresa, reduzindo custos, ampliando mercados e aproximando os consumidores. Lado outro, subverteu completamente o relacionamento entre a empresa e seus consumidores – ou entre ela e a sociedade como um todo: com as ferramentas propiciadas pela Internet, dentre elas se destacando as redes sociais, veio o reinado da transparência. Basta um indivíduo insatisfeito com o produto ou serviço de um fornecedor para que, em questão de minutos, uma legião de consumidores potenciais repense a compra. No mundo atual, em que a marca se reveste de grande relevância, a sua integridade pode significar a diferença entre o sucesso e o fracasso. Para além disto, a Internet foi a arma escolhida por muitos indivíduos mal intencionados em suas investidas inescrupulosas contra a reputação das empresas.

Partindo destas constatações, e atendo-se à linha e projeto sob os quais se operou a pesquisa, passou-se a estudar o impacto da tecnologia digital nas atividades empresariais, mais especificamente no que diz respeito à reputação das empresas, que se vê ameaçada pela livre manifestação de opiniões facilitada pela Internet.

O desenvolvimento da pesquisa se ateu ao projeto orbitando três eixos temáticos. Não coincidentemente, se tratam dos três conceitos-chave do título: Internet, direitos da personalidade, empresa. Tal metodologia, naturalmente, se manifestou na redação final. O trabalho se divide nestas três partes, cujo desenvolvimento, buscando foco em um tema central comum, subsidia as conclusões a que se chega. Tais considerações finais, desde já se ressalte, nada mais buscam senão instigar a discussão de um assunto ainda pouco explorado.

A primeira parte, então, sob o título de *empresa*, é dedicada na verdade, à pessoa jurídica como um todo – o que no início da discussão logo se explica. Assim, antes de se analisarem os impactos da Internet sobre a empresa, ou mesmo falar-se em direitos da personalidade da empresa, entendeu-se adequado revisitar brevemente

as teorias acerca de sua natureza. Trata-se, aqui, de discussão acessória. Obviamente, não por sua importância, dado provavelmente ser o que de mais relevante se aborda neste trabalho, além de constituir tema que mereceu grandes tratados – tanto em tamanho quanto em prodigiosidade.

No entanto, se um dos objetivos era o de dedicar estudo aos chamados direitos da personalidade da pessoa jurídica, não se poderia prescindir dos valiosos e seculares ensinamentos acerca da personalidade propriamente dita. A discussão da titularidade de direitos pelas pessoas jurídicas deve necessariamente preceder a que se dedicar à extensão dos direitos da personalidade às empresas. Como essas coletividades se tornaram, de fato e de direito, pessoas? De que forma se lhe atribuíram direitos e obrigações? Como se tornaram entes diferentes dos que a compõem? Todos esses questionamentos hão de abrir caminho à identificação de quais direitos podem, e devem, ser estendidos às empresas; o que leva à segunda parte do trabalho.

Partiu-se, na elaboração do capítulo acerca dos direitos da personalidade, também de uma constatação; desta feita mais jurídica do que fática. O Código Civil em vigor é expresso ao aplicar às pessoas jurídicas a proteção dos direitos da personalidade. No mesmo sentido, o Superior Tribunal de Justiça editou súmula lhes considerando passíveis de sofrer dano moral. Com tais circunstâncias se justifica a adjetivação recebida pelos direitos da personalidade no título do trabalho. Dizem-se *supostos* tais direitos para englobar mais de uma acepção do termo. Inicialmente, os direitos da personalidade da empresa são supostos porque são admitidos por hipótese. Tal hipótese, por sua vez, está mais do que justificada pela previsão legal: se a lei estende às pessoas jurídicas a proteção dos direitos da personalidade, supõe-se que a empresa – sendo pessoa jurídica – seja titular deles. Ao final do exame que leva a cabo a segunda parte deste trabalho, outra acepção de *suposto* também emergirá: os direitos da personalidade da empresa são também supostos porque atribuídos sem razão; sem fundamento adequado.

Tal conclusão é antecedida pela análise do tratamento normativo dos direitos da personalidade no direito brasileiro, bem como a revisão da literatura dedicada ao tema da extensão à pessoa jurídica destes direitos, com atributos como a honra, o

nome e a imagem. Sendo afastada, como antevisto, a titularidade de direitos da personalidade pela empresa, se busca explicar como e por que lei e jurisprudência caminharam exatamente em sentido diverso.

Finalmente, tendo sido estabelecidos certos pressupostos decorrentes da discussão empreendida na segunda parte deste trabalho, a terceira e última parte do trabalho, contendo seu cerne, dedica-se mais especificamente à Internet, suas ferramentas e a mudança de paradigma que elas operam nas relações entre a empresa e o consumidor. Os efeitos dessas tecnologias sobre a empresa, notadamente no que diz respeito à proteção de sua reputação, oferecem desafios constantes ao direito. Como coexistem, no ambiente virtual, tal proteção e a liberdade de opinião e expressão assegurada ao consumidor? O legislador, também instado pelo clamor público, logo cede a um impulso que busca regulamentar normativamente toda e qualquer conduta *online*, em atuação por muitos considerada, sem hesitação, a mais adequada. Desta forma, a tutela do ambiente virtual é discutida, sendo revistas as teorias que dela tratam.

Em resumo, busca-se algo somar à discussão quanto à disciplina destas novas realidades. De fato, a atualidade do tema proposto faz emergir uma série de questionamentos, parte dos quais se pretendeu abordar e, de alguma forma, ao menos fomentar respostas adequadas. Trata-se, em geral, de assuntos que repercutem internacionalmente e vêm ocupando legisladores de todo o mundo com o objetivo de resguardar direitos tanto da pessoa física como da jurídica; sem, no entanto, impor limitações indesejáveis a uma ferramenta que tem na liberdade de expressão um de seus maiores baluartes. Pretende-se, com o presente trabalho, oferecer contribuição nesta discussão impreterível. Ao menos para o autor, já restou justificado o esforço: nas palavras de Anatole France, *une chose surtout donne de l'attrait à la pensée des hommes : c'est l'inquiétude*.

2 EMPRESA

Em aparente contradição com seu título, inaugura-se o primeiro eixo temático do trabalho com discussão que antecede a noção de empresa, e se dedica à pessoa jurídica de maneira geral. Embora o foco seja de fato a empresa – mais especificamente o impacto da tecnologia digital nas atividades empresariais – há que se entender a noção da personalidade da empresa, perscrutando inicialmente de que forma as entidades coletivas, como um todo, vieram a adquirir esta personalidade própria e a titularidade de direitos.

2.1 Intróito: natureza das pessoas jurídicas

A noção de pessoa física dispensa digressões, principalmente no presente trabalho. De maneira intuitiva, mesmo o leigo pode bem definir do que se trata a pessoa natural. Mesma facilidade não se pode ter ao descrever o fenômeno da pessoa jurídica. Nem mesmo o vocábulo reúne consenso: pessoa moral, pessoa incorpórea, pessoa social, pessoa civil, pessoa ficta, pessoa abstrata e até pessoa mística são apenas exemplos de uma série de nomenclaturas, todas dedicadas ao mesmo fenômeno.

Assim, antes de se vislumbrar a extensão dos direitos da personalidade à empresa, há que se compreender a natureza desses entes; de que forma adquiriram personalidade própria e se tornaram titulares de direitos. Muitos juristas vêm se debruçando sobre este tema ao longo dos últimos séculos, com conclusões consideravelmente díspares. Pretende-se, portanto, traçar um panorama das conquistas de tais correntes teóricas, no sentido de se vislumbrar o processo histórico científico que fundamenta o estado da arte da teoria da pessoa jurídica. Com natural foco no contexto brasileiro, tal breve tarefa há de elucidar a explicação da natureza das pessoas jurídicas, o que fornecerá subsídio para a investigação do cabimento dos direitos da personalidade da empresa.

Diz-se breve uma vez que naturalmente escapa do ousio de se aprofundar no estudo da que pode ser considerada “uma das teorias mais difíceis do direito” (GRESSAYE, 1947, p. 356). De fato, trata-se de mero panorama, como adiantado,

acessório à discussão acerca da extensão dos direitos da personalidade à pessoa jurídica. Facilitando-o, a doutrina já divide as inúmeras teorias em determinados grupos. Como toda esquematização, algumas peculiaridades de cada corrente acabam não merecendo a atenção adequada ao ponto que se agrupam sob um denominador comum, o que se pretende justificar pelos fins de estudo.

Divisão consentânea é a que separa as teorias entre negativistas e afirmativistas (ou realistas). Os negativistas, como bem adianta o nome, embora divergindo na maneira acordam no afastamento da personalidade própria da pessoa jurídica; negam sua existência. Por outro lado, os afirmativistas acolhem as pessoas jurídicas como entidades reais, existentes, buscando explicar, também cada um a seu feitio, a natureza da constituição dessa organização única, dotada de personalidade própria distinta da dos indivíduos que a compõem.

O consenso nas esquematizações didáticas, no entanto, não perdura. Surgem novas subdivisões, e a mesma teoria acaba associada a correntes diferentes, de acordo com o estudo. A teoria da ficção sistematizada por Savigny, por exemplo, é tida por afirmativista (GONÇALVES, 2012, p. 183-184) e também por negativista (SILVA, 1966, p. 69), conforme o autor. Assim, mais do que rotulá-las, o objetivo é conhecer os fundamentos das teorias mais relevantes e compreender o processo de evolução que levou à concepção atual das pessoas jurídicas. Com isso, poderá se avaliar a consequência do estabelecimento destes pressupostos teóricos para o objeto do presente trabalho.

No mesmo sentido, abstém-se de compartilhar as críticas dedicadas a cada teoria pelos estudiosos que buscaram combatê-las. O objetivo, já se disse, é elaborar uma análise acessória da evolução do pensamento acerca da natureza jurídica da empresa, notadamente sua personalidade, até a noção atual.

2.2 Teoria da ficção (Personificationstheorie)

A mencionada teoria da ficção é a primeira a se destacar nesta seara e, sistematizada por Savigny, dominou a academia no século XIX – tendo sido adotada até o século XX, além da Alemanha do autor, pela França, Itália e Reino Unido.

Ernst Zitelmann, embora capitaneando teoria realista (a ser abordada), bem resume algumas premissas da teoria da ficção:

Os argumentos da teoria da ficção são, assim, em linhas gerais, os seguintes:

1. Não há direito sem sujeito.
2. O sujeito dos direitos é apenas o ser humano.
3. Agora, no entanto, a existência de complexos legais de negócios sem sujeitos físicos é um fato e também uma demanda incondicional dos mercados [...] (ZITELMANN, 1873, p. 14-14)¹.

Partindo desses, dentre outros pressupostos, tal teoria enxerga um conflito entre a lógica jurídica e a realidade, mais especificamente a própria necessidade (Bedürfnis), cuja solução última seria o direito fundamentar a ficção. Na ausência de um sujeito de direitos, o próprio direito age criando uma ficção. Nas palavras de Zitelmann, “o sujeito faltante é então substituído pela ficção” (ZITELMANN, 1873, p. 15)².

O recurso à liberdade também é recorrente na construção de Savigny, que descrevendo relação direta entre o direito e a liberdade – sendo essa apenas extensível ao ser humano – conclui que apenas o homem deteria titularidade das relações jurídicas. Já se referindo à ficção pela qual, então, algo além do ser humano assume tal titularidade, Wilson Melo da Silva retoma paralelo utilizado por Savigny:

Mas, adita o grande mestre berlinês, assim como pode o Direito, retirar, por vezes, a personalidade jurídica ao ser humano (e isso acontecia aos antigos escravos e, entre nós, também, aos *servos da pena*, os quais, antes da morte física na fôrca já tinham sido vítimas da *morte civil* que os privasse da titularidade de todo e qualquer direito), pode, também, *atribuí-la* a seres outros (entidades) que não apenas ao ser humano de maneira exclusiva. E é o que só acontecer no caso das chamadas pessoas jurídicas que não passariam, assim, de meros artifícios, criados pela soberana vontade da lei (SILVA, 1966, p. 70).

Percebe-se, a esta altura, a origem de divergências quanto à classificação da teoria da ficção. Ao ponto que não estende às pessoas jurídicas a aptidão para a titularidade de direitos, de fato a *Personificationstheorie* pode ser considerada

¹ Tradução livre, pelo autor, do original em alemão: “Die Argumentation der personificationstheorie ist also in ihren Grundzügen folgende: 1. Kein Recht ohne subject. 2) Subject der Rechte ist nur der Mensch. 3) Nun ist aber die Existenz von verkehrsfähigen Rechts-complexen ohne physisches Subject eine Thatsache und auch eine unbedingte Forderung des Verkehrs”.

² Tradução livre, pelo autor, do original em alemão: “Das fehlende Subject wird also durch Fiction ersetzt”.

negativista. Lado outro, a concepção de uma ficção que à realidade dá o braço a torcer, embora não vislumbre nas pessoas jurídicas uma realidade genuína, pode fazer considerar afirmativista – como o faz Gonçalves – a teoria sistematizada por Savigny.

2.3 Teoria da representação (Personenrolle)

Derivada direta da teoria da ficção é a chamada teoria da representação (Personenrolle). Partindo das mesmas premissas, difere de sua matriz não em fundamentos teóricos, mas apenas em detalhes. Tem origem principalmente nos estudos de Hugo Böhlau.

Enquanto a ficção de Savigny recai sobre a pessoa jurídica como um todo, a teoria da representação – bem demonstra a tradução que lhe dá nome no Brasil – reputa ficto apenas seu órgão representativo. Segundo esta teoria, e também à semelhança do que defendido pela teoria da ficção, embora seja uma realidade fática, a pessoa jurídica não teria como deter direitos, pelo que depende de um órgão representativo (daí o nome dado à teoria), como se de fato existisse um sujeito, uma vez que não há a vontade psicológica própria do titular de direitos.

Charles Edward Merriam, sobre as especificidades terminológicas da teoria, explica que Böhlau defende que o contraste correto para a chamada pessoa física não seriam os termos “não-jurídica” ou “fictícia”, mas sim “a função de uma pessoa”, ou seja, *Personenrolle* (MERRIAM, 1900, p. 110).

Como o direito não tem o condão de criar um sujeito, para Böhlau ele equipara – e aí mais uma vez entra em campo a ficção – o órgão representativo da pessoa jurídica a um sujeito de direitos, estando por consequência seu patrimônio também equiparado ao patrimônio de uma pessoa (BÖHLAU, 2012).

Embora compartilhe os fundamentos da *Personificationstheorie* de Savigny, a especificidade da abordagem desta teoria não raro a faz merecer tópico próprio (SILVA, 1966, p. 76).

2.4 Teoria Individualista

Por se opor à teoria da ficção de Savigny, a teoria individualista também costuma ser simplesmente chamada de teoria realista. No entanto, não comungamos tal terminologia apenas para evitar a confusão com as demais teorias afirmativistas, que em todo caso podem ser todas denominadas realistas.

A teoria individualista é desenvolvida por Rudolf von Ihering, notadamente na obra *O Espírito do Direito Romano*. O autor parte do conceito de direito subjetivo – para ele, o interesse juridicamente protegido.

Wilson Melo da Silva explica, quanto à isso, que “o sujeito da relação jurídica seria representado sempre e apenas pelo destinatário, vale dizer, por aquele que pudesse aspirar ao gozo dos direitos e não por aqueles que tivesse a faculdade da emissão da vontade nos atos jurídicos” (SILVA, 1966, p. 78).

Percebe-se que a chamada teoria individualista também não confere às pessoas jurídicas a titularidade de direitos. Para seu autor, “a pessoa jurídica não é, por si mesma, a destinatária dos direitos que possui, mas as pessoas físicas que se encontram, por assim dizer, por trás delas” (IHERING, 1943, p. 46). Assim, todos aqueles direitos à ela referentes caberiam, na realidade, aos indivíduos que a compusessem. Nesse sentido prossegue Ihering:

Os verdadeiros sujeitos do direito não são as pessoas jurídicas, mas os membros isolados: aquelas não são mais que forma especial, mediante a qual estes manifestam suas relações jurídicas ao mundo exterior, forma que não tem importância alguma para as relações jurídicas dos membros entre si. (IHERING, 1943, p. 230).

Resta nítido que por tal ótica a pessoa jurídica não passaria de instrumento de exercício de determinados direitos; uma aparência por detrás da qual estariam os verdadeiros titulares destes direitos: os indivíduos, seus integrantes. Nas palavras de Ihering, “instrumento técnico destinado a corrigir a falta de determinação dos sujeitos” (IHERING, 1943, p. 46).

2.5 Teoria do patrimônio destinado a uma finalidade

No segundo volume de seu tratado dedicado ao direito das pandectas – o direito privado comum alemão de origem romana – Alois Brinz inclui todo um título denominado “Das Zweckvermögen” (BRINZ, 1888, p. 453-586). O conceito de “Zweckvermögen” diz muito sobre o cerne da teoria de Brinz. “Zweck” significa finalidade, propósito; e “Vermögen” equivale a patrimônio, bens ou recursos. A expressão, portanto, designa um patrimônio que é destinado a uma finalidade específica; exatamente a concepção de Brinz para o fenômeno da pessoa jurídica.

Ainda negando a titularidade de direitos à pessoa jurídica, Brinz tece suas considerações partindo de pressupostos à esta altura bem conhecidos: sem a vontade, atributo exclusivo do ser humano, não há tal titularidade de direitos. Por consequência, faltando à pessoa jurídica tal capacidade, não pode ser sujeito de direitos.

No entanto, à semelhança do que ocorre com o próprio Savigny, Brinz depara-se com a realidade e concorda que mesmo não tendo vontade, a empresa acaba sendo suscetível a obrigações e direitos – à semelhança do que ocorre com os indivíduos. Mesmo buscando harmonizar tais discrepâncias, há que se ressaltar que Brinz mantém-se, a todo momento, firme na crença de que só o indivíduo natural pode ser titular de direitos.

No entanto, quanto ao patrimônio, tem o autor por igualmente inegável que deve sempre pertencer a alguém. Faltando esse sujeito a deter tal direito, o patrimônio poderia então servir a uma finalidade determinada; existir em função dela. No ensinamento de Wilson Melo da Silva, “por uma espécie de subrogação, o *pertinere ad aliquem* (pertencer a alguém) se substituiria pelo *pertinere ad aliquid* (pertencer a alguma coisa)”. Tratar-se-ia, mesmo assim, de patrimônio sem sujeito.

2.6 Teoria da propriedade coletiva

A teoria da propriedade coletiva, do início do século passado, é construção de Marcel Planiol, constante de seu tratado de direito civil. Para ele, a propriedade é,

por genitura, coletiva. Com o transcurso do tempo, embora tenha ocorrido sua individualização, a propriedade coletiva persistiu. Nas palavras do próprio autor:

Propriedades coletivas ainda existem em quantia considerável nos Estados modernos, e se trata de um fenômeno exitoso, porque dele não se poderia prescindir. Se a constituição da propriedade privada foi um progresso social decisivo, que garantiu o desenvolvimento da riqueza e, portanto, o de toda a civilização, a propriedade privada não pode ter a pretensão de satisfazer, sozinha, as necessidades humanas. É necessário que as duas espécies de propriedade sejam reconhecidas e preservadas conjuntamente, e a distribuição entre elas da riqueza disponível é uma questão de oportunidade e de medida; seu dualismo há muito existe e, presumivelmente, sempre existirá (PLANIOL, 1904, p. 978)³.

Para Planiol, tal fenômeno, muito embora antigo e geral, teria passado despercebido pelos tratadistas, que se limitariam a estudar apenas uma modalidade de propriedade. Tal descaso se deveria ao fato de que a propriedade coletiva se reveste da pessoa jurídica – ou na predileção do autor, pessoa ficta:

É que a persistência até hoje da propriedade coletiva é por assim dizer escondida dos olhos pela existência dos entes fictos, aos quais se atribui, ao menos até certo ponto, os atributos da personalidade que se reputam titulares, credores ou devedores, que realizam contratos e suportam processos como pessoas reais: são as pessoas fictas (PLANIOL, 1904, p. 978-979)⁴.

Na perspectiva de Planiol, todas as propriedades coletivas são atribuídas então às pessoas fictas, que se reputam únicas proprietárias de um conjunto de bens. Dessa forma, a propriedade coletiva acabaria se assemelhando a uma propriedade privada, em uma concepção que Planiol considera tão falsa quanto inútil (PLANIOL, 1904, p. 979).

A pessoa jurídica, em tal ótica, não passaria de um conjunto de bens – um patrimônio – pertencente a determinado um conjunto de pessoas. Planiol ainda

³ Tradução livre, pelo autor, do original em francês: “Les propriétés collectives subsistent encore en masse considérables dans les États modernes, et c’est un phénomène fort heureux, car on ne pourrait pas s’en passer. Si la constitution de la propriété individuelle a été un progrès social décisif, qui a assuré le développement de la richesse et par là celui de la civilisation tout entière, la propriété individuelle ne peut pourtant pas avoir la prétension de suffire à elle seule aux besoins des hommes. Il est nécessaire que les deux espèces de propriété soient reconnues et conservées à côté l’une de l’autre, et la répartition entre elles des richesses utilisables est une question d’opportunité et de mesure; leur dualisme existe depuis longtemps, et vraisemblablement il existera toujours”.

⁴ Tradução livre, pelo autor, do original em francês: “C’est que la persistance jusqu’à nos jours de la propriété collective est pour ainsi dire cachée aux yeux par l’existence d’êtres fictifs, auxquels on prête, au moins dans une certaine mesure, les attributs de la personnalité, que sont réputés propriétaires, créanciers ou débiteurs, que font des contrats et soutiennent des procès comme de vraies personnes: ce sont les personnes fictives”.

adverte, ao iniciar sua discussão acerca da propriedade coletiva, que ela não deve ser confundida com a propriedade privada em seu estado de co-propriedade indivisa (PLANIOL, 1904, p. 977).

2.7 Teoria da vontade (Willenstheorie)

Percebe-se que a vontade é tópico recorrente nas teorias que se prestam a explicar a natureza da pessoa jurídica. No entanto, até o momento, ela surge em uma concepção que remonta a Windscheid (segundo o qual o direito subjetivo é o poder da vontade reconhecido pela ordem jurídica); bem como em um contexto que lhe torna exclusividade dos seres humanos, não tendo a pessoa jurídica qualquer vontade e, por consequência, titularidade de direitos.

Apenas considerando seu nome, pode-se afirmar que a vontade também constitui um dos elementos centrais da teoria a que ora se dedica, esposada por Zitelmann, mas adotando um papel completamente diverso. A vontade de cada um dos componentes da pessoa jurídica, ao serem unidas, constituiria algo diferente e maior do que a simples soma dessas vontades; e a nova vontade decorrente seria a própria pessoa jurídica. Wilson Melo da Silva o explica:

A Vontade que, aqui na teoria, corporificaria o próprio ser titular dos direitos, a pessoa jurídica em suma, corresponderia não às vontades, isoladas ou justapostas, dos elementos-membros da pessoa jurídica, mas à própria fusão de todas essas vontades individuais num só bloco, superior, compacto, orgânico e homogêneo e bem diverso daquele que pudesse resultar da simples adição ou da simples justaposição das vontades isoladas (SILVA, 1966, p. 89).

Trata-se do que Zitelmann denomina Princípio da unidade na pluralidade (Princip der Einheit in der Vielheit). Não obstante a complexidade da construção, percebe-se desde logo que nela a pessoa jurídica é alçada a um status mais privilegiado. Além de existir, ela se distingue dos indivíduos que a compõem e compartilha muitos de seus atributos. Zittelmann o explicita logo no início da elaboração do mencionado princípio:

I. Princípio da unidade na pluralidade em geral.
§ 28. O princípio por meio do qual pretendemos resolver a questão da natureza das corporações é o seguinte:

Uma pluralidade de indivíduos, no momento em que se reúne organicamente, é uma unidade totalmente nova, diferente dos indivíduos, seres reais e existentes, mas carrega em si as mesmas qualidades que os diversos indivíduos unidos tinham em comum (ZITELMANN, 1873, p.79)⁵.

Resta nítido, portanto, que já pode se tratar a pessoa jurídica de algo maior do que a sobreposição de vontades individuais, ou de mero instrumento de expressão dessas vontades. Constituiria em si mesma uma unidade orgânica; aparte e diversa de cada indivíduo que a integra.

2.8 Teorias organicistas

Apenas no ensejo da organicidade que exsurge da teoria da vontade, sobrevoa-se o cerne da teoria organicista, também denominada teoria biológica ou simplesmente orgânica, que embora não tenha se revestido de muita utilidade jurídica, leva ao extremo tal conceito.

Como pode adiantar sua alcunha, por tais teorias – capitaneadas por nomes como os de René Worms, Alfred Espinas, Herbert Spencer, Albert Schaeffle, Guillaume de Greef e Jacques Novicow (SILVA, 1966, p. 92) – a pessoa jurídica pode ser considerada um ser vivo, orgânico.

Na verdade, tratam-se de posições oriundas da sociologia, que inicialmente buscavam explicar toda a sociedade como algo orgânico. Naquela ciência, mais especificamente na chamada sociologia naturalista, as teorias que equivalem a sociedade a um organismo vivo – daí organicistas – subsistem há muito, de alguma forma até reavivadas pelas conquistas da biologia, que demonstrou ser o organismo um conjunto de unidades diferentes e componentes do todo. Naturalmente, tais lógicas dedicadas à sociedade são extensíveis às pessoas jurídicas, que também constituem sociedades humanas.

⁵ Tradução livre, pelo autor, do original em alemão: “Princip der Einheit in der Vielheit im Allgemeinen. § 28. Das Princip, durch welches wir die Frage nach dem Wesen der Corporationen zu Lösen gedenken, ist folgendes: Eine Vielheit von Einzelnen wird, sobald sie organisch geeint wird, zu einer Einheit, die ein ganz neues, von den Einzelnen unterschiedenes, reales und existentes Wesen ist, die aber doch dieselbe Qualität an sich trägt, die die verschiedenen geeinten Einzelnen gemeinsam hatten”.

Wilson Melo da Silva ressalta ainda que não se trata de simples metáfora, sendo efetiva e real a identidade que os organicistas estabelecem entre a pessoa jurídica e o ser orgânico vivo (SILVA, 1966, p. 93). De fato isso pode se extrair da obra de Espinas, que chega até a definir a sociedade como uma consciência viva ou um organismo de ideias:

Aos olhos de uma filosofia esclarecida, a sociedade é um grande fato providencial, estabelecida não pelo homem, mas pela própria natureza, a fim de que na superfície de nosso planeta se produza a vida intelectual e moral. A sociedade é, portanto, um organismo cujas funções estão ligadas entre si e geram-se umas às outras (ESPINAS, 1878, p. 71)⁶.

No mesmo sentido, o jurista, sociólogo e filósofo francês René Worms adotou em sua tese de doutorado a teoria organicista (WORMS, 1895), muito embora tenha posteriormente reconhecido suas limitações. Mesmo mantendo a convicção de que as leis biológicas se aplicam à realidade social, deixou claro que a sociologia não poderia ser considerada um mero prolongamento da biologia.

Não obstante as pesadas críticas que se seguiram, a teoria orgânica se vale de características dos seres vivos para evoluir na concepção da pessoa jurídica. À semelhança da *Willenstheorie* de Zitelmann, que concebia a pessoa jurídica como algo além da mera sobreposição de vontades individuais, das teorias organicistas pode-se extrair que, da mesma forma que os organismos detêm uma existência própria, independentemente dos elementos que juntos os compõem, também a pessoa jurídica pode constituir uma realidade distinta, não ficcional, mais complexa que a simples soma de suas partes (os indivíduos que a integram). Tal noção, de uma forma ou outra, subsiste contemporaneamente.

2.9 Teoria da realidade objetiva ou da realidade orgânica

No entender de Gonçalves, a teoria da realidade objetiva ou orgânica “sustenta que a pessoa jurídica é uma realidade sociológica, ser com vida própria, que nasce por imposição das forças sociais”. Ainda segundo o mesmo autor, que atribui tal teoria

⁶ Tradução livre, pelo autor, do original em francês: “Aux yeux d'une philosophie éclairée, la société est un grand fait providencial, établi non par l'homme, mais par la nature elle-même, afin qu'à la surface de notre planète se produise la vie intellectuelle et morale. La société est donc un organisme dont les fonctions sont liées l'une à l'autre et s'engendrent l'une l'autre”.

indistintamente a Gierke e Zitelmann, a vontade seria “capaz de dar vida a um organismo, que passa a ter existência própria, distinta da de seus membros, capaz de tornar-se sujeito de direito, real e verdadeiro” (GONÇALVES, 2012, p. 184-185).

De fato, como já anotado quanto à teoria de Zitelmann, a vontade é conceito fundamental nos desenvolvimentos de Gierke. No entanto, enquanto em Zitelmann a vontade resultante da união das vontades de seus membros é a própria pessoa jurídica, ser titular de direitos, Gierke vai além para afirmar que a realidade não se limita às pessoas naturais: proclama a existência real da pessoa jurídica e atribui à ela uma vontade psicológica própria.

Perceba-se que a diferença, embora possa parecer sutil, é mais profunda. O princípio da unidade na pluralidade, concepção zitelmaniana da pessoa jurídica, ainda não vislumbra sua existência real, senão como fruto de vontades alheias. Na teoria esposada por Gierke, entretanto, a pessoa jurídica se torna uma realidade dotada de personalidade e vontade próprias. De toda sorte, não se vislumbra como o mais adequado seu agrupamento sob o mesmo rótulo.

O trabalho de Otto Gierke pode ser considerado paradigmático, tendo realizado uma abordagem mais gêrmanica que representou certa ruptura com o ideário jurídico romano clássico (MERRIAM, 1900, p. 114). Sua teoria foi desenvolvida notadamente nos tratados históricos *Das deutsche Genossenschaftsrecht* (Direito Corporativo Alemão) (GIERKE, 1868) e *Die Genossenschaftstheorie und die deutsche Rechtssprechung* (Teoria do Direito Corporativo e a jurisprudência alemã) (GIERKE, 1887).

A ruptura se estendeu a conceitos-chave de teorias que explicavam a natureza da pessoa jurídica. Para Gierke, para além das pessoas naturais, o Direito não poderia ignorar outras realidades igualmente envoltas de personalidade, não sendo exclusiva da pessoa física a titularidade de direitos.

Gierke estabelece como fundamento de sua teoria o fato de que “o homem sempre e em todo lugar ostentou um caráter duplo; o de um indivíduo como tal e o de membro

de uma coletividade” (GIERKE, 1874, p. 301)⁷. Tal circunstância social era ignorada pelos romanos, que concebiam o ser humano como um todo absoluto e indivisível. A pessoa jurídica, como visto oportunamente na abordagem das teorias de raiz romana, nunca gozou de existência real e era mera ficção; agia no lugar de uma pessoa ou exercia suas funções. Entretanto, a concepção alemã difere substancialmente, e embasa o relativo ineditismo da teoria da realidade objetiva. Charles Merriam remete-se ao próprio Gierke para explicar tal dicotomia:

Por outro lado, a ideia alemã da natureza da personalidade é totalmente diferente, explica Gierke. Em contraste com a noção romana, a personalidade é considerada, em primeiro lugar, não absoluta mas completamente relativa; em segundo lugar, passível de divisão; e finalmente, delegável (MERRIAM, 1900, p. 116)⁸.

De fato, com o advento desta teoria, emerge a possibilidade da existência real de um ente distinto da mera soma ou sobreposição dos indivíduos que o integram. Seus fundamentos não mais se tratam de ficções, suposições ou hipóteses: a criação das coletividades se dá como resultado da combinação das personalidades de seus vários membros. Merriam explica tal processo:

Os muitos realmente se tornam um, não no sentido puramente artificial do direito romano ou da teoria contratual, mas no sentido de que uma nova e diferente pessoa foi gerada do que pode ser denominado o “elemento social” de seus membros constituintes (MERRIAM, 1900, p. 116)⁹.

O exemplo utilizado pelo autor, embora tenha se dedicado ao estudo da pessoa jurídica de direito público, é também ilustrativo do que ocorre com a empresa e seus sócios, merecendo colação:

Um Estado pode conter, por exemplo, um milhão de cidadãos, mas não é a soma desse milhão de pessoa, mas uma nova pessoa formada do elemento social, o lado “universal” do milhão de indivíduos. A nova personalidade é, não obstante,

⁷ Tradução livre, pelo autor, do original em alemão: “Der Mensch überall und zu allen Zeiten die Doppelseigenschaft an sich trug ein Individuum für sich und Glied eines Gattungsverbandes zu sein”.

⁸ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “On the other hand, the German idea of the nature of personality is, Gierke explains, wholly different. In contrast to the Roman notion, personality is considered as, in the first place, not absolute, but wholly relative; secondly, as capable of division; and lastly, as delegable”.

⁹ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “The many really become one, not in the purely artificial sense of the Roman law, or of the contract theory, but in the sense that a new and different person has actually been created out of what might be called the ‘social element’ of its constituent members”.

tão real e tão efetiva, longe de ser ficção, quanto a personalidade de qualquer um de seus cidadãos (MERRIAM, 1900, p. 116)¹⁰.

Finalmente, não obstante a nítida evolução que imprime na concepção da pessoa jurídica, pode-se afirmar que Gierke carrega resquícios da associação entre vontade e titularidade jurídica (cf. Brinz, Windscheid, Zitelmann et al.). Tanto o é que, para estender diretamente às pessoas jurídicas os direitos e obrigações, Gierke atribui à elas uma vontade psicológica própria (no que foi posteriormente criticado).

2.10 Teoria da realidade jurídica

Chega-se, então, à que comumente é brindada como a teoria que melhor explica a pessoa jurídica – sem coincidência, também a adotada pelo ordenamento pátrio: a teoria da realidade jurídica (também chamada de realidade técnica, sobre o que se discorrerá posteriormente).

Gierke, ao inaugurar as teorias da realidade – como bem adiantava o nome – já concebia a existência real e própria das pessoas jurídicas como verdadeiros sujeitos de direitos que não se confundem com seus componentes.

A teoria da realidade jurídica parte exatamente desses pressupostos, sem, no entanto, depender de produções como atribuir vontade psicológica às pessoas jurídicas – como faz o próprio Gierke. A teoria da realidade jurídica, na verdade, leva em consideração a existência de duas realidades; a física, típica das ciências naturais, e a realidade jurídica. Neste contexto, elucida Wilson Melo da Silva que “em grave equívoco incidem os que pretendem mensurar conceitos jurídicos em termos, por exemplo, de leis matemáticas, físico-químicas ou naturalísticas” (SILVA, 1966, p. 97).

As pessoas jurídicas, em raciocínio que facilmente se estende a qualquer instituto jurídico, são realidades jurídicas e não materiais; “podem carecer de corporalidade, nunca, porém, de realidade”. (SILVA, 1966, p. 96). O próprio direito, então, pode

¹⁰ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “A State may contain for example a million citizens, yet it is not the sum of these million persons, but a new person formed from the social element, the ‘universal’ side of the million individuals. The new personality is, nevertheless, as real and as actual, as little a fiction, as the personality of any one of its citizens”.

estender personalidade a tais entes coletivos voltados à realização de determinados interesses humanos. Embora concebida, longe de ser uma ficção a personalidade jurídica é um atributo jurídico destes entes. No ensinamento de Carlos Roberto Gonçalves, “o Estado, reconhecendo a necessidade e a conveniência de que tais grupos sejam dotados de personalidade própria, para poder participar da vida jurídica nas mesmas condições das pessoas naturais, outorga-lhes esse predicado”. (GONÇALVES, 2012, p. 185).

Cabem, além desta breve abordagem dos fundamentos teóricos, alguns esclarecimentos de natureza terminológica. Frequentemente se refere à tal corrente como *teoria da realidade técnica ou jurídica*, ou mesmo simplesmente *teoria da realidade técnica*.

De fato, chamá-la de técnica procede ao ponto que tal teoria estende à pessoa jurídica a personalidade, que por sua vez decorreria da técnica jurídica. Com efeito, a tecnicidade jurídica deste ente decorre do próprio art. 45 do Código Civil – que se imputa, na doutrina, ser a norma adotante desta teoria. Tal dispositivo legal dispõe que “começa a existência legal das pessoas jurídicas de direito privado com a inscrição do ato constitutivo no respectivo registro, precedida, quando necessário, de autorização ou aprovação do Poder Executivo”.

Por outro lado, até mesmo na teoria capitaneada por Savigny e oportunamente tratada, a ficção que pretende explicar sua existência fática decorre exatamente da lei. Mesmo sem deter titularidade de direitos e contando apenas com uma existência ideal, abstrata, na teoria da ficção a pessoa jurídica seria também fruto da técnica jurídica. Poderia então, por argumento, ser a teoria da ficção também uma teoria de realidade técnica – rótulo que não anteveria adequadamente seus fundamentos.

Uma das linhas-mestre da argumentação da teoria da realidade jurídica ou técnica é exatamente a contraposição entre a realidade física, corporal; e a realidade jurídica, ideal das pessoas jurídicas. Tal diametralidade se exprime melhor na dicotomia físico/jurídico do que físico/técnico. Ademais, as próprias pessoas se dividem em físicas e jurídicas e não entre físicas e técnicas. Em resumo, muito embora ora se

adote a terminologia *teoria da realidade jurídica*, também é correta e pode designar a mesma corrente a nomenclatura *teoria da realidade técnica*.

Deve-se ressaltar também que há quem associe à Maurice Hauriou uma *teoria da realidade jurídica ou institucionalista*, que “considera as pessoas jurídicas como organizações sociais destinadas a um serviço ou ofício, e por isso personificadas” (GONÇALVES, 2012, p. 185). No entanto, difere da teoria da realidade objetiva por centrar sua análise não na vontade humana mas nas relações sociais, “na existência de grupos organizados para a realização de uma idéia socialmente útil” (GONÇALVES, 2012, p. 185). Trata-se de especificidade que não se entende justificar, para efeitos sistemáticos, a constituição de nova categoria, podendo o trabalho desenvolvido por Hauriou em *La théorie de l'institution et de la fondation* ser tratado sob a teoria da realidade objetiva, ou mesmo ser chamado de *teoria da instituição*, como quis o próprio autor. De toda forma, mantém-se livre a nomenclatura *teoria da realidade jurídica* para correntes que melhor se enquadram ao rótulo.

3 DIREITOS DA PERSONALIDADE

Se a noção de pessoa física é percebida claramente, a de pessoa jurídica comporta toda série de discussões, como no intróito do tópico anterior afirmou-se e em seu desenvolvimento de fato se percebeu. O mesmo pode se dizer a respeito dos direitos e obrigações oriundos desta condição de pessoa jurídica. O presente capítulo pretende exatamente investigar se os chamados direitos da personalidade estão – e se devem estar – dentre aqueles cuja titularidade detém a empresa. Embora a ótica circunde a figura da pessoa jurídica, o que se aplicar ao gênero, neste caso, decerto cabe também à espécie.

3.1 Intróito: empresa e direitos da personalidade

A pessoa natural exerce direitos de ordem puramente patrimonial sobre toda sorte de bens que venha a possuir. Tais bens, sejam ou não fungíveis, existem independentemente da pessoa, são externos à ela e lhe servem enquanto

guarnecem a vida. Exemplo clássico é a relação estabelecida entre o homem e sua casa.

Da mesma forma, a pessoa jurídica estabelecerá tal relação com os bens que integrarem seu patrimônio. Passando ao largo de discussões aprofundadas acerca do conceito de estabelecimento, tem-se que o patrimônio da empresa pode ser integrado de bens voltados para o exercício de sua atividade, sejam materiais (maquinário, sede) ou imateriais (marcas, patentes).

Com relação à pessoa natural, uma noção quase intuitiva põe à nu a existência de outro tipo de bens, inerentes à pessoa, que longe de lhe serem externos, são intrínsecos à sua personalidade. Dentre eles estão a honra, a imagem, a privacidade e o nome.

Já no que concerne à pessoa jurídica, se a sua personalidade já comportava conflitos teóricos, a titularidade desta classe específica de direitos – ditos da personalidade – por razões semelhantes fomentará percussão interessante.

Retomando a tríade que intitula este trabalho, há que se abordar a relação entre a pessoa jurídica e os chamados direitos da personalidade. Emerge desse mister indagação principal, da qual decorrem várias outras, que perscruta a própria extensão, à pessoa jurídica, dos direitos da personalidade. Em outras palavras, é questionável, em termos teóricos, a própria existência de relação entre a pessoa jurídica e os direitos da personalidade.

Pretende-se então, como já mencionado, explorar tal profícuo debate, inflamado pela legislação e pela jurisprudência. Há que se alertar, no entanto, que os direitos da personalidade em si não constituem problema da presente pesquisa. Parte-se, de fato, de momento posterior à discussão da terminologia, definição, origem, natureza jurídica, características e classificações dos direitos da personalidade, que, pressupostas, são retomadas sempre que a especificidade do problema o

requerer¹¹. Atenta à linha de pesquisa – que examina tópicos referentes ao impacto da tecnologia digital nas atividades empresariais – e circunscrita à limitada envergadura do autor, a presente discussão, inobstante imprescindível, é instrumental à análise dos efeitos da Internet sobre a empresa, pelo que se foca à extensão dos direitos da personalidade à pessoa jurídica.

3.2 Tratamento normativo: Constituição e Código Civil

Como se verá posteriormente, os que advogam os direitos da personalidade da pessoa jurídica não raro utilizam como suporte argumentativo as disposições constitucionais, especialmente as referentes aos direitos e deveres individuais e coletivos (Capítulo I do Título II).

Para isso, defende-se que também as pessoas jurídicas são destinatárias de direitos e garantias fundamentais conferidos pelo artigo 5º da Constituição da República. Exequível afirmar, quanto à isso, que não se identifica muita controvérsia entre os constitucionalistas .

De fato, José Afonso da Silva afirma que parte dos direitos inventariados nos incisos do mencionado artigo se apropria às pessoas jurídicas (SILVA, 1999, p. 195). Da mesma forma, Alexandre de Moraes também conclui que “os direitos enunciados e garantidos pela Constituição são de brasileiros, pessoas físicas e jurídicas” (MORAES, 2002, p. 60).

No entanto, não há que se questionar a extensão de direitos e garantias individuais às pessoas jurídicas para não vislumbrar, na Constituição, sustentáculo aos direitos da personalidade da pessoa jurídica.

Como expresso pelos autores, apenas parte desses direitos pode se estender à pessoa jurídica. Obviamente, não há que se falar, por exemplo, em livre exercício de cultos religiosos, liberdade de locomoção ou vedação de tortura. Não será a própria

¹¹ Para tais construções prévias, permita-se remeter à Carlos Alberto Bittar, em *Os direitos da personalidade* (Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006), e à obra homônima de Adriano de Cupis (Campinas: Romana Jurídica, 2004).

Constituição, entretanto, a dispor quais dos direitos e deveres inscritos em seu artigo 5º de fato se aplicam à pessoa jurídica – tal perscrutação dependerá de exegese. Entender que o artigo 5º da Constituição atribuiu direitos da personalidade à pessoa jurídica é pressupor que se lhe aplicam, por exemplo, os incisos atinentes ao direito à indenização por dano moral (inciso V) e à inviolabilidade da honra e imagem (inciso X). Tal extensão, no entanto, além de não ser expressa, é controversa entre os autores.

Assim, os direitos de personalidade da pessoa jurídica não podem simplesmente decorrer da Constituição, mas sim de uma interpretação que estende a essas pessoas direitos assegurados constitucionalmente. Luiz Eduardo Gunther, por exemplo, para defender a superação de posições que entendem incabível a pessoa jurídica sofrer dano moral, afirma que os incisos V e X do artigo 5º da Constituição lhe são extensíveis (GUNTHER, 2009, p. 170). Manoel Gonçalves Ferreira Filho, em comentário ao artigo 5º, XIX, da Constituição, chega vislumbrar direito à vida no que concerne à impossibilidade de dissolução ou suspensão compulsória da atividade das associações (FERREIRA FILHO, 1997, p. 43).

Desde que com a devida fundamentação, vê-se que os autores podem pretender a extensão à pessoa jurídica não só do direito à inviolabilidade da honra e ao dano moral, como até o direito à vida.

Não se pretende, por ora, alinhar-se ou opor-se à tais extensões. Alerta se faz apenas ao fato de que, longe de estarem previstos constitucionalmente, os direitos da personalidade da pessoa jurídica podem decorrer de uma hermenêutica que considera tais direitos aplicáveis à esses entes.

No âmbito infraconstitucional, o Código Civil (Lei nº 10.406/02) trata dos direitos da personalidade em capítulo inserto em título que cabe apenas às pessoas naturais (Capítulo II, Título I do Livro I). Não obstante, seu artigo 52, já sob o título das pessoas jurídicas (Título II do mesmo livro), dispõe que “aplica-se às pessoas jurídicas, no que couber, a proteção dos direitos da personalidade”.

Para alguns, com tal previsão deu-se a enunciação que faltava. Basta apenas, graças à abertura trazida pela expressão “no que couber”, identificar quais dos direitos da personalidade são extensíveis à pessoa jurídica, e como tutelá-los.

Em oposição diametral, outros vislumbram patente equívoco na aplicação à pessoa jurídica de um arcabouço protetivo construído especificamente para a pessoa natural. De fato, a própria inclusão da expressão “no que couber” pode demonstrar, por parte do legislador, um reconhecimento de que os direitos de personalidade são fundamentados na tutela da pessoa natural, sendo tormentosa sua extensão à pessoa jurídica. Não coincidentemente, os que já se dedicaram ao tema em muito divergem, sendo profícuo explorar tal debate, ainda que o cingindo ao recorte proposto neste capítulo.

3.3 A extensão dos direitos

Inicialmente, deve se esclarecer a opção que se faz ao utilizar o termo *extensão*, recorrente nesta discussão. Não depende de se reconhecer ou não que as pessoas jurídicas gozam de direitos da personalidade para se aceitar que ao menos originalmente se tratam de garantias aplicáveis apenas aos seres humanos. Poderia alegar-se, com razão, que isto é óbvio, uma vez que a própria pessoa física precedeu a jurídica e naturalmente já detinha tais direitos há muito tempo.

Entretanto, a extensão a que se refere é patente no texto legal, e recorrente na jurisprudência, em fenômeno que não se repete com várias outras categorias de direitos atribuíveis precipuamente à pessoa natural que foram apenas posteriormente reconhecidos também à pessoa jurídica. Tal especificidade não parece obra do acaso, mas intenção deliberada.

Com efeito, o Código Civil nem mesmo dispõe que os direitos da personalidade se aplicam à pessoa jurídica, mas sim determina que a proteção que lhes é dedicada seja aplicada à elas (além da já mencionada expressão “no que couber”, que denota exceção). De toda forma, mesmo quem considera tais direitos como extensíveis à pessoa jurídica deixa claro, como não havia de ser diferente, que tal operação se trata da adaptação de uma construção inteiramente dedicada ao indivíduo humano.

Nesse sentido, à guisa de exemplo, Gagliano e Pamplona defendem que embora há que se reconhecer que a “teoria dos direitos da personalidade tenha sido construída a partir de uma concepção antropocêntrica do direito, consideramos inadmissível a posição que limita a possibilidade de sua aplicação à pessoa natural” (GAGLIANO, PAMPLONA, 2006, p. 143).

Esclarecimentos terminológicos superados, tem-se que, conforme adiantado, a própria titularidade de direitos da personalidade pela pessoa jurídica é questionável. O debate é intenso e comporta posições que, embora ímpares em suas especificidades, podem ser agrupadas por rejeitarem ou aceitarem a mencionada extensão – negativistas e positivistas.

Aclimando-se às lides, como exemplo pode-se trazer à colação o entendimento de Sérgio Cavalieri Filho e de Anderson Schreiber, ambos expressos em suas convicções. Enquanto aquele, em relação à pessoa jurídica, afirma que “é titular de alguns direitos especiais da personalidade, ajustáveis às suas características particulares” (CAVALIERI, 2007, p. 92), este é direto ao consignar que “os direitos da personalidade gravitam em torno da condição humana e, por isso mesmo, não tem qualquer relação com as pessoas jurídicas” (SCHREIBER, 2011, p. 21).

Em relação semelhante, Aparecida Amarante afirma que “não há razão em se negar às pessoas morais proteção contra ofensa à honra” (AMARANTE, 2005, p. 208), enquanto Wilson Melo da Silva classifica como absurdo que as pessoas jurídicas possam reclamar indenização por dano moral:

Criticável, pois, razoavelmente, é, assim, a pretensão dos que buscam a ampliação, em favor das pessoas jurídicas, do princípio que ordena a reparabilidade dos danos não-patrimoniais ou econômicos. Haveria, nessa pretensão, exagero evidente, senão mesmo absurdo e inconcebível negação da realidade dos próprios fatos (SILVA, 1969, p. 508).

Pietro Perlingieri também se alinha aos que rechaçam o reconhecimento de direitos da personalidade à pessoa jurídica, considerando um equívoco a extensão de que se trata. Para ele, se tratam de arcabouços protetivos de natureza completamente diversa, de tal forma que os interesses da pessoa jurídica recebem tutela com fundamentos distintos dos que tutelam os aspectos relativos à pessoa humana:

Para as pessoas jurídicas o recurso à cláusula geral de tutela dos direitos invioláveis do homem constituiria uma referência totalmente injustificada, expressão de uma mistificante interpretação extensiva fundada em um silogismo: a pessoa física é sujeito e tem tutela; a pessoa jurídica é sujeito; ergo, à pessoa jurídica deve-se aplicar a mesma tutela (PERLINGIERI, 1999, p. 158).

Sérgio Cavalieri Filho desenvolve raciocínio bem semelhante ao que Perlingieri chama de silogismo para chegar à conclusão já citada. Para Cavalieri, se o direito concede existência jurídica e titularidade de direitos à pessoa jurídica (é sujeito e tem tutela, em Perlingieri) “é preciso reconhecer que ela, embora despida de certos direitos que são próprios da personalidade humana – tais como integridade física, psíquica e da saúde – é titular de alguns direitos especiais da personalidade, ajustáveis às suas características particulares” (CAVALIERI, 2007, p. 92).

Como fez Perlingieri, também se voltando para a origem da proteção dos direitos da personalidade (construída em torno da pessoa humana) Danilo Doneda alerta que aplicar às pessoas jurídicas tais direitos importa uma adaptação impraticável, pelo que a tutela dos interesses da pessoa jurídica deve ter fundamento diverso, sendo os direitos da personalidade exclusivos da pessoa humana:

Uma extensão apriorística dos direitos da personalidade às pessoas jurídicas, o que infelizmente pode ser o resultado do art. 52, passaria ao largo de qualquer consideração a este respeito, podendo comprometer a tábua axiológica constitucional. A proteção dos interesses das pessoas jurídicas através de direitos da personalidade, portanto, é algo que não se adapta à trajetória e à função dos direitos da personalidade no ordenamento jurídico [...] (DONEDA, 2002, p. 56).

Leonardo Macedo Poli demonstra preocupação semelhante, ao identificar a disparidade entre os conteúdos dos direitos inerentes à personalidade humana e os reconhecidos à personalidade jurídica:

Questão que surge é se a pessoa jurídica pode sofrer dano moral ou se seria titular de direitos da personalidade. A tendência em nosso direito se inclina para resposta afirmativa, tendo-se em vista a posição do STJ (Resp 177.995/SP) e do novo Código Civil (art. 52) que lhes confere proteção análoga. Posição que deve ser vista com cautela, uma vez que os direitos reconhecidos à personalidade jurídica não possuem o mesmo conteúdo dos direitos da personalidade humana, quais sejam: são inatos, inalienáveis, imprescritíveis, extrapatrimoniais e absolutos (POLI, 2004, p. 305).

Prossegue o autor, inclusive encontrando óbice de natureza operacional na extensão indistinta dos direitos da personalidade às pessoas jurídicas:

A atribuição dessas mesmas características aos direitos decorrentes da personalidade jurídica poderia obstaculizar o livre exercício de suas atividades. Por exemplo, a inalienabilidade do direito ao nome impossibilitaria o contrato de franchising, ou mesmo o de representação comercial (POLI, 2004, p. 305).

Há quem nem mesmo vislumbre qualquer incompatibilidade quanto à origem axiológica da tutela. Alexandre Ferreira de Assumpção Alves, responsável por uma das poucas obras brasileiras dedicadas exclusivamente à relação entre pessoa jurídica e direitos da personalidade, ignora totalmente qualquer discussão existente acerca do cabimento de tais direitos no que diz respeito à pessoa jurídica. Em sua dissertação, Alves simplesmente dedica um capítulo à pessoa jurídica, outro aos direitos da personalidade e, finalmente, um ao que chama de “tutela civil dos direitos da personalidade da pessoa jurídica”. Nem mesmo se mencionam os autores que entendem incabível tal extensão. Ao inaugurar o nomeado capítulo, explica o autor que “nesta parte da obra serão analisados apenas os direitos da personalidade aplicáveis à pessoa jurídica e o direito à indenização por dano moral para a pessoa jurídica”. Não se questiona a aplicação destes direitos ou se fundamenta o porquê de alguns direitos serem aplicados e outros não (ALVES, 1998).

De qualquer forma, para verificar se à pessoa jurídica se estendem tais direitos, ou seja, se pode ela ser ofendida em sua imagem, seu nome e sua honra, é necessário estar atento ao fato de que aqui não se tratam de ofensas a atingir a pessoa dos sócios, o que – por se tratarem de pessoas naturais – dispensaria digressões.

De fato, como já foi abordado, tais entes coletivos detêm personalidade, podendo perfeitamente e por si só contrair obrigações e gozar de toda sorte de direitos. Igualmente inegável, no entanto, é o fato de que o ordenamento jurídico brasileiro, à semelhança do que ocorre nos demais sistemas jurídicos, dedica tratamento específico à tutela dos direitos intrínsecos à condição humana – como deixado claro por Danilo Doneda (2002, p. 56).

Como reflexo do que se deu na própria Constituição da República, em toda a legislação é nitidamente diverso o tratamento dedicado aos interesses patrimoniais e aos extrapatrimoniais. Decorre disto a patente dificuldade em se estender indistintamente à pessoa jurídica um arcabouço protetivo desenvolvido e dedicado especialmente à pessoa humana.

Tal dicotomia é bem ilustrada pela dinâmica do dano moral. Tal dano obviamente decorre da lesão a um direito da personalidade, que por sua vez consiste, ainda que originariamente, em um atributo essencial à condição humana. Dentro dessa lógica formal, seria conclusão inarredável a de que apenas as pessoas naturais poderiam ser atingidas pelo dano moral. Em outro sentido, por meio de conclusão diversa, a legislação questiona as premissas expostas – como o faz a previsão do artigo 52 do Código Civil.

Não faltam críticas, entretanto, à tal previsão legislativa. Anderson Schreiber é incisivo ao consignar que “o art. 52 incorre em equívoco evidente, ao atrair para o âmbito da pessoa jurídica um sistema de tutela concebido, inspirado e desenvolvido sempre com olhos voltados ao humano” (SCHREIBER, 2011, p. 22). Indo além, o autor aponta a impraticabilidade de tal extensão, utilizando como exemplo a regulação de aspectos da integridade física, à toda evidência incompatíveis com as pessoas jurídicas.

Lado outro, fato é que o artigo 52 do Código Civil, pela expressão “no que couber” de seu texto, não só dá azo a diversas interpretações como tem o condão de afastar críticas referentes à inaplicabilidade dos direitos da personalidade à pessoa jurídica em certas hipóteses, com faz Schreider.

Gustavo Tepedino ressalta tal circunstância ao valorizar a ressalva inserta pelo legislador, afirmando que “andou bem o legislador em não conferir à pessoa jurídica direitos informados por valores inerentes à pessoa humana” (TEPEDINO, 2008, p. 60). Para ele, o dispositivo em comento simplesmente permitiu que se aplicasse na proteção da pessoa jurídica, apenas no que coubesse, a técnica da tutela da personalidade. De tal forma, não se afastaria da pessoa jurídica sua capacidade de

exercer direitos, ao mesmo tempo em que não se lhe estenderiam fundamentos axiológicos da proteção à personalidade (TEPEDINO, 2008, p. 60).

Até aqui já se percebe, sem muita dificuldade, que a extensão dos direitos da personalidade às pessoas jurídicas demonstra depender de reparos metodológicos e, mais especificamente quanto à extensão levada a cabo pelo Código Civil, se mostra padecente de objetividade por depender da hermenêutica que se debruçará sobre a expressão “no que couber”.

Exequível vislumbrar-se, na inclusão de tal expressão, um reconhecimento por parte do próprio legislador de que os direitos de personalidade de fato são fundamentados na tutela da pessoa natural, sendo tormentosa sua extensão à pessoa jurídica. Por que então estender tal proteção à essa? Gustavo Tepedino aponta o que chama de conveniência de ordem prática:

A rigor, a lógica fundante dos direitos da personalidade é a tutela da dignidade da pessoa humana. Ainda assim, provavelmente por conveniência de ordem prática, o codificador pretendeu estendê-los às pessoas jurídicas, o que não poderá significar que a concepção dos direitos da personalidade seja uma categoria conceitual neutra, aplicável indistintamente a pessoas jurídicas e pessoas humanas (TEPEDINO, 2008, p. 60).

De fato, seria impossível ignorar a possibilidade de se infligirem danos à imagem de uma sociedade, seu nome e a reputação de que goza perante seus clientes e fornecedores. Diante disso, dispensaria a elaboração de maiores reparos a consideração de que tais danos necessariamente recairiam sobre o patrimônio dessas pessoas jurídicas. Exatamente este é o recurso de parte dos autores. Discorre Gustavo Tepedino:

O ataque que na pessoa humana atinge a sua dignidade, ferindo-a psicológica e moralmente, no caso da pessoa jurídica repercute em sua capacidade de produzir riqueza, no âmbito da atividade econômica por ela legitimamente desenvolvida (TEPEDINO, 2008, p. 61).

No mesmo sentido se manifesta Anderson Schreider, exemplificando:

A rigor, tais atentados não atingem a dignidade humana, mas o patrimônio das pessoas jurídicas. Por exemplo, se uma matéria jornalística atribui falsamente a certa sociedade empresária o emprego de mão de obra escrava, o atentado ao bom nome da pessoa jurídica não significa nada mais que a desvalorização da

sua marca, com eventual queda nas vendas e desestímulo aos negócios. Tais danos são, tecnicamente, danos patrimoniais (SCHREIDER, 2011, p. 22).

A patrimonialização de todos os danos que podem ser causados a uma sociedade é uma maneira de se rechaçar a admissão dos direitos da personalidade da pessoa jurídica sem afastar a possibilidade de ela vir a sofrer danos em razão de atentados à sua reputação, por exemplo.

Entretanto, permaneceriam duas questões ainda sem solução. A primeira delas se refere às pessoas jurídicas que não têm fins lucrativos. Outra questão diz respeito à reparação dessa espécie de danos: se os danos são sempre patrimoniais, para serem reparados necessariamente dependerão de demonstração objetiva. Como, então, demonstrar o impacto patrimonial causado por um atentado à imagem de uma pessoa jurídica? Reconhecer a possibilidade do dano, sem se assegurarem meios de sua reparação, equivaleria, na prática, a não reconhecê-la.

A primeira questão, quanto aos fins não lucrativos, é abordada por Gustavo Tepedino:

Há que se resguardar, todavia, a necessária diferenciação entre as pessoas jurídicas que aspiram lucros e aquelas que se orientam por outras finalidades. Particularmente neste último caso não se pode considerar (como ocorre na hipótese de empresas com finalidade lucrativa) que os ataques sofridos pela pessoa jurídica acabam por se exprimir na redução de seus lucros, sendo espécie de dano genuinamente material (TEPEDINO, 2008, p. 61).

A solução proposta por ele, no caso das pessoas jurídicas sem fins lucrativos, é a estipulação do que chama de danos institucionais, uma categoria diferente dos danos patrimoniais e dos danos morais, que conceitua como os danos que “atingem a pessoa jurídica em sua credibilidade ou reputação, sendo extrapatrimoniais, posto informados pelos princípios norteadores da iniciativa econômica privada” (TEPEDINO, 2008, p. 61).

Maria Celina Bodin de Moraes também recorre à tal categoria, ao lado dos que não concebem a pessoa jurídica como passível de dano moral, ao abordar as entidades não lucrativas:

As pessoas jurídicas poderão sofrer danos não-patrimoniais quando, por exemplo, a instituição não visar lucro ou quando estiver sendo atacada em aspectos não-avaliáveis, direta e imediatamente, em dinheiro; mas se tratará, talvez, de um “dano institucional” [...] (MORAES, 2009, p.191).

As pessoas jurídicas que não buscam lucro podem ter sua reputação maculada, sofrer prejuízo em razão disso, mas, alegam os estudiosos, sem que este dano seja patrimonial. Os autores então se referem quase sempre ao vago conceito de dano extrapatrimonial, mas sem se dedicar à sua natureza jurídica. Trata-se de um conceito forjado por exclusão, em que dano extrapatrimonial é aquele que, embora cause prejuízo – como intrínseco ao dano, não o faz sobre o patrimônio da pessoa jurídica.

Não necessariamente, no entanto, tal dano é extrapatrimonial, mesmo em se tratando de coletividade de fins filantrópicos. Salvo melhor juízo, entende-se que o patrimônio envolve toda sorte de bens incorpóreos, tais como a marca. A ofensa infundada à reputação de uma pessoa jurídica sem fins lucrativos pode macular sua marca; o bom conceito de que goza perante a sociedade, afastando – por exemplo, indivíduos que colaborariam na consecução de seus objetivos não lucrativos, sejam quais forem.

Santos Cifuentes também se dedica às pessoas jurídicas sem fins lucrativos, se valendo, entretanto, do mesmo conceito de dano extrapatrimonial, no que concerne ao direito à honra:

Há pessoas de existência ideal que disfrutam, como visto, de reputação. Se elas ao mesmo tempo não têm objetivo patrimonial, e sim altruísta, como as associações e fundações, poderiam ver afetado o bom nome em um ponto de vista não físico, no sentido da sensibilidade para senti-lo, mas sim com natureza extrapatrimonial. Há que se descartar as sociedades comerciais e civis que têm fim de lucro, posto que conforme o princípio de sua especialidade [...], foram criadas para obter ganhos e, por conseguinte, carecem de bens extrapatrimoniais¹² (CIFUENTES, 1995, p. 493).

¹² Tradução livre, pelo autor, do original em espanhol : “Hay personas de existencia ideal que disfrutan, como se há visto, de la fama. Si ellas a la vez no tienen fin patrimonial, sino altruísta, como las asociaciones y fundaciones, podrían ver afectado el buen nombre desde un punto de vista no físico, en el sentido de la sensibilidad para sentirlo, pero si con naturaleza extrapatrimonial. Hay que descartar a las sociedades comerciales y civiles que tienen fin de lucro, puesto que acorde com el principio de su especialidad [...], fueron creadas para obtener ganancias y, por consiguiente, carecen de bienes extrapatrimoniales ” Tradução livre, pelo autor, do original em espanhol.

Ocorre que o mesmo autor estende indistintamente direitos da personalidade à pessoa jurídica, o que dispensaria uma construção dedicada especificamente aos entes sem fins lucrativos. Segundo ele, embora os direitos personalíssimos não digam respeito às pessoas jurídicas, mas sim às naturais, no que diz respeito à reputação – que ele explica como honra objetiva – seria admissível estendê-los (CIFUENTES, 1995, p.492).

Como se verá posteriormente, o recurso à honra objetiva é frequente exatamente entre os que admitem direitos da personalidade da pessoa jurídica, sendo o utilizado pela jurisprudência pátria para considerar a pessoa jurídica como credora da obrigação de indenizar dano moral.

Percebe-se que as dificuldades decorrentes da adoção de um tratamento diferenciado para pessoas jurídicas com e sem fins lucrativos vão além das oriundas da criação de uma nova espécie de dano – o institucional – não prevista na legislação e de conceito aberto em que pululam expressões polissêmicas. Conforme se encontra desenvolvida, tal noção de danos institucionais se circunscreve às pessoas jurídicas sem fins lucrativos. Além de constituir empreitada grandiosa para abarcar circunstâncias fáticas escassas (os casos de dano à reputação de pessoas jurídicas sem fins lucrativos), tal solução nada oferece à reparação dos danos às pessoas jurídicas com fins lucrativos. Os danos ao que seria sua imagem continuarão sendo considerados patrimoniais, não prescindindo de demonstrada quantificação. Volta-se, então, à segunda questão, referente à reparação.

Se todo dano à pessoa jurídica assume caráter material, por sua natureza, a regra é que sua extensão deve ser precisamente demonstrada para fins de reparação, se o objetivo é se recompor efetivamente a situação patrimonial anterior ao advento do dano.

Trata-se de decorrência da chamada teoria da diferença, que baliza a definição tradicional do dano patrimonial. A extensão do dano, portanto, há que ser obtida por meio da comparação entre o que tem e o que teria o ofendido, caso não sobreviesse o dano.

Maria Celina Bodin de Moraes, nessa seara, ensina:

Tradicionalmente, define-se dano patrimonial como a diferença entre o que se tem e o que se teria, não fosse o evento danoso. A assim chamada “Teoria da Diferença”, devida à reelaboração de Friedrich Mommsen, converteu o dano numa dimensão matemática e, portanto, objetiva e facilmente calculável (MORAES, 2009, p. 143).

O Código Civil brasileiro, no primeiro artigo dedicado ao Direito das Obrigações, já dispõe que “as perdas e danos devidas ao credor abrangem, além do que ele efetivamente perdeu, o que razoavelmente deixou de lucrar” (art. 402, CC), dando azo às classificações de dano emergente e lucro cessante. Mas é no art. 562 do Código Civil português que a definição e a adoção da teoria da diferença se tornam ainda mais nítidas:

SECÇÃO VIII
Obrigação de indemnização

ARTIGO 562.º
Princípio geral

Quem estiver obrigado a reparar um dano deve reconstituir a situação que existiria, se não se tivesse verificado o evento que obriga à reparação.

Transportando para circunstâncias fáticas, tem-se, por exemplo, que se uma reportagem imputa falsamente à determinada empresa a exploração de trabalho escravo ou o emprego de mão de obra infantil, é inegável que muitos consumidores deixarão de adquirir seus produtos ou serviços. Disso, obviamente, advir-lhe-á prejuízo material. Pergunta-se, no entanto: o que teria a mais o patrimônio da empresa acaso tal ofensa nunca tivesse ocorrido? Difícil, quiçá impossível, responder.

Atribui-se ao jornalista estadunidense Henry Louis Mencken o célebre brocardo pelo qual, para todo problema complexo, há sempre uma solução clara, simples, e errada. Se não errada, a resposta que na prática foi dada à necessidade de reparação do dano patrimonial decorrente de ofensa à imagem da pessoa jurídica é tecnicamente repreensível, como se pretende demonstrar.

3.4 Dano moral da pessoa jurídica: a moralização do dano patrimonial

Independentemente da filiação a uma corrente negativista ou positivista quanto ao reconhecimento de direitos da personalidade à pessoa jurídica, não pode se escapar da identificação de um movimento pelo qual se deu gênese à chamada honra da pessoa jurídica, e à mencionada extensão de direitos. A necessidade de se indenizar danos causados ao patrimônio incorpóreo das pessoas jurídicas fez com que a jurisprudência elaborasse o que ora se chama de moralização do dano patrimonial.

Quanto ao dano moral e sua relação com os direitos da personalidade, oportuno o ensinamento de Leonardo Macedo Poli:

Após a sedimentação dos direitos da personalidade em nosso ordenamento jurídico, há uma tendência a se vincular a existência de um dano moral à violação de determinado direito da personalidade. São exemplos de direito da personalidade o direito moral de autor, o direito ao nome, à honra, à imagem, à intimidade, à vida privada, à liberdade, à vida, ao corpo, à integridade física e psíquica, à saúde, à educação, à informação etc (POLI, 2004, p. 305).

Tanto procede tal afirmação que a jurisprudência, ao adotar a tese do dano moral da pessoa jurídica, teve de apontar o direito da personalidade que no caso concreto se violava. Surgiu dessa necessidade a honra subjetiva da pessoa jurídica.

A própria ementa do Recurso Especial 177.995/SP, citado pelo autor, já demonstra que o Superior Tribunal de Justiça estava atento à necessidade de se identificar o direito da personalidade violado, se o objetivo era considerar a pessoa jurídica passível de indenização por dano moral:

INDENIZAÇÃO. DANO MORAL. PESSOA JURÍDICA.
A pessoa jurídica pode ser sujeito passivo de danos morais, considerados estes como violadores de sua honra objetiva. Precedentes.
Recurso especial não conhecido (STJ, 4ª Turma. Resp nº 177.195/SP, relator Min. Barros Monteiro, julg. 15 set. 1998).

Destarte, pode-se afirmar, à semelhança do que faz Anderson Schreiber, que o objetivo do Código Civil brasileiro por meio de seu artigo 52 foi providenciar um sustentáculo normativo ao entendimento, expresso na jurisprudência, de que a pessoa jurídica pode sofrer dano moral (SCHREIBER, 2011, p. 92). Com efeito,

pouco mais de dois anos antes de sua promulgação, o Superior Tribunal de Justiça fizera publicar a Súmula 227, consignando: "A pessoa jurídica pode sofrer dano moral".

Retomando os estudos de Wilson Melo da Silva, que considerava inadmissível que as pessoas jurídicas pudessem sofrer dano moral, Luiz Eduardo Gunther considera que o artigo 52 do Código Civil e a mencionada súmula, aliados à extensão dos incisos V e X do artigo 5º da Constituição às pessoas jurídicas, seriam suficientes para tornar "superada" tal posição.

Há que se rogar vênias para divergir do autor. Tal posição beira reviver o positivismo legal racionalista de Windscheid ou mesmo o rumo "positivista-legalista" de Savigny, nas palavras de Karl Larenz (LARENZ, 1997, p. 11). A previsão legislativa e o ímpeto sumulista não podem bastar para superar teorias, sob pena de sepultar-se grandes debates da ciência do Direito – que não raro se debruçam sobre matérias que, embora expressas na legislação e encampadas indistintamente pela jurisprudência, clamam por discussão.

De forma semelhante age Maria Helena Diniz, em comentário ao artigo 52 do Código Civil. Ela assevera que as pessoas jurídicas têm direitos da personalidade "por serem entes dotados de personalidade pelo ordenamento jurídico-positivo", e por poderem sofrer dano moral (DINIZ, 2002, p. 68). A personalidade conferida às pessoas jurídicas, entretanto, não se confunde com a titularidade de dos chamados direitos da personalidade. Da mesma forma, como defendido, o fato de a jurisprudência admitir o dano moral da pessoa jurídica não pode implicar na automática conclusão de que os direitos personalíssimos lhe são indistintamente extensivos. Para a autora, os direitos da personalidade são reconhecidos à pessoa jurídica "no mesmo instante da sua inscrição no registro competente, subsistindo enquanto atuarem e terminando com o cancelamento da inscrição das pessoas jurídicas" (DINIZ, 2002, p. 69). Ora, se basta o registro para que sobrevenham tais direitos, não há fundamento para afastar qualquer dos direitos da personalidade, inclusive os intrínsecos à pessoa humana – o que à toda evidência é insustentável.

Tais posicionamentos podem enfrentar abalos ao se perscrutar a etiologia de seus sustentáculos – o artigo 52 do Código Civil e a Súmula 227 do Superior Tribunal de Justiça. Como defendido, a previsão legal veio na esteira do entendimento jurisprudencial. Pode-se identificar, quanto à nascitura dessas decisões, a mencionada necessidade de se repararem os danos causados às pessoas jurídicas que não implicassem em prejuízo material, ou cujo prejuízo não pudesse ser demonstrado adequadamente.

3.5 Conclusões

A pesquisa pode demonstrar que a extensão dos direitos da personalidade às pessoas jurídicas é alvo de calorosas discussões por parte da doutrina.

De toda forma, não se pode simplesmente ignorar o fato de que a reparação dos danos causados ao patrimônio incorpóreo das pessoas jurídicas passou a demandar a tutela jurisprudencial. Por parte dos tribunais, exigir que a pessoa jurídica demonstrasse os efeitos de tal dano nos moldes exigidos pela legislação, seria impor prova praticamente impossível, por envolver bens abstratos (nem por isso sem conteúdo econômico). Com isso, optou a jurisprudência pela moralização do dano patrimonial: uma vez desnecessária – ou mesmo impossível – a quantificação exata da extensão do dano moral, ele veio a calhar naquelas hipóteses em que o dano não poderia ser demonstrado. Demandou menor esforço teórico e intelectual, portanto, estender às pessoas jurídica a titularidade de honra objetiva, permitindo ao julgador quantificar a reparação por meio do arbitramento.

Até então padecente de fundamento legal, tal prática reiterada pelos tribunais – e sumulada no ano de 1999 – foi corroborada pelo advento do Código Civil de 2002. Seu artigo 52, como visto, determinou aplicar-se às pessoas jurídicas a proteção dos direitos da personalidade.

De toda forma, tende-se aqui a acompanhar os negativistas, rejeitando o reconhecimento de direitos da personalidade à pessoa jurídica. A mencionada previsão legal não se amparou na melhor técnica e operou manobra discutível, estendendo à titularidade das pessoas jurídicas direitos que, axiologicamente

construídos em torno da pessoa humana, não se relacionam com os entes coletivos. Muito embora exista juridicamente, seja sujeito de direitos e obrigações e externe interesses autônomos, não se vislumbra extensível à pessoa jurídica uma proteção concebida e desenvolvida especialmente para o ser humano.

Aliás, trata-se de entendimento expressado no Enunciado nº 286 da IV Jornada de Direito Civil do Conselho da Justiça Federal, que entendeu serem os direitos da personalidade inerentes e essenciais à pessoa humana, decorrentes de sua dignidade, não sendo as pessoas jurídicas titulares de tais direitos.

Desnecessário, inclusive, rechaçar-se a extensão dos direitos da personalidade um a um: vida, imagem, intimidade, liberdade e etc. Dentro do objeto proposto, destaca-se com maior relevância a honra; e por todo o pesquisado ainda se lhe compreende como um atributo humano, ainda que em sua feição subjetiva.

Com isso, opta-se no presente trabalho por se referir mais à reputação do que propriamente à imagem, nome ou honra. No que diz respeito à empresa, a reputação – conceito de menor conteúdo jurídico que não se associa diretamente aos direitos de personalidade – seria exatamente o conceito de que ela goza perante a sociedade, de um modo geral, e perante seus consumidores, mais especificamente. Não se pretende, com isso, reputar incorretos termos como “imagem da empresa” ou “bom nome da pessoa jurídica”, por exemplo. Todavia, se o objetivo é uma maior precisão técnica, tais termos devem ser utilizados como sinônimos do conceito que detém a empresa perante outrem, e não cercados dos atributos jurídicos de projeção da personalidade – que se entendem exclusivos da pessoa humana.

4 INTERNET

Finalmente, ameaha-se em torno do objetivo precípua deste trabalho o que até agora se buscou pesquisar. Tendo sido perscrutada a natureza da pessoa jurídica e a extensão à ela dos direitos da personalidade, forneceu-se subsídio à discussão acerca dos impactos da tecnologia digital sobre a atividade empresarial.

4.1 Globalização, Internet e valorização da marca

O veloz recrudescimento da interdependência econômica entre os países, consequência nítida do fenômeno da globalização, é bem representado pela crescente participação dos países em desenvolvimento no comércio internacional e nos fluxos de capital, aprimorando a divisão do trabalho e a alocação dos investimentos.

Políticas macroeconômicas acertadas e estáveis, bem como políticas comerciais atentas ao mercado internacional, vêm sendo fatores internos importantes destas mudanças. No entanto, a globalização é também impulsionada por empresas que buscam lucros onde quer que possam obtê-los, em uma competição implacável que desconhece fronteiras e tira proveito de todas as fontes de competitividade disponíveis no mercado: custos trabalhistas, de capital e de matéria-prima; vantagens de localização; presença de fornecedores ou empresas parceiras, dentre outros fatores.

Com o comércio eletrônico, as próprias fronteiras físicas se esmaecem. As trocas se dão em um contexto global e diminuem os fatores a dificultar que mesmo as empresas menores compitam também neste âmbito.

Além do acirramento da concorrência, outra consequência inegável da globalização é uma certa padronização dos processos de produção e mesmo dos serviços prestados. Indo mais além, a própria globalização cultural colaborou para que, com um fenômeno de homogeneização de valores e desejos, os produtos e serviços também se assemelhassem mais.

Consequência inarredável do acirramento da concorrência e de uma relativa uniformização dos produtos e serviços é a valorização da marca, principalmente como um fator de diferenciação concorrencial. Por meio dela são capitalizados todos os investimentos dedicados ao produto, o enriquecendo com valores e significados que poderão diferenciá-lo dos demais.

Além disso, um fluxo de capitais mais livre reforça a importância da marca como um ativo estratégico, agregando-lhe valor. Para além de suas utilidades primárias de proteção legal e de constituírem elementos que exercem grande influência sobre o consumidor, as próprias marcas se tornam produtos muito valiosos – muitas vezes cobiçados pelo capital estrangeiro que hoje pode circular mais livremente.

Notadamente a partir da década de 1980, com a multiplicação das fusões e aquisições cresceu também uma visão da marca como uma fonte de valor financeiro no longo prazo. Pode-se apontar como uma causa dessa circunstância a saturação de mercados (uma das possíveis consequências da globalização) que empurra para o plano imaterial o crescimento das corporações.

Em resumo, se caracterizando um mercado por produtos e serviços pouco diferenciados entre si, é natural que a marca ganhe maior relevância, podendo influenciar o destinatário consumidor e reclamando maior cuidado por parte das empresas. Por motivos semelhantes, o mesmo ocorreu com o chamado *design*, que despontou nesse contexto como elemento de diferenciação; e mais contemporaneamente também os produtos ecologicamente corretos, que encontram na sustentabilidade da produção um valioso diferencial.

Assim, se verá que a Internet por um lado acirra a concorrência entre as empresas, confere maior importância à marca e facilita sua difusão. Por outro lado, também é fecunda em ferramentas que ameaçam a integridade da marca: reputações construídas ao longo de anos se vêem ameaçadas pelos cliques de um mouse.

4.2 A reputação como importante ativo da empresa

Se a marca adquire importância, conseqüentemente há que se aprimorar também sua proteção; a imagem que os consumidores têm da empresa deve ser resguardada adequadamente.

Imagine-se, por exemplo, um determinado mercado em que há apenas um fabricante de automóveis e as importações são vedadas. Um grave defeito mecânico é descoberto nos veículos e todos têm que ser submetidos a reparos pelo fabricante

– no hoje já famoso *recall*. Muito provavelmente, esse abalo na reputação da marca não se traduzirá em perdas financeiras tão significativas, uma vez que o consumidor não tem opções senão adquirir os veículos daquele fabricante. De outro lado, em um mercado em que muitos são os fabricantes disponíveis, oferecendo produtos com um nível considerável de semelhança tecnológica e até mesmo estética, os impactos são naturalmente maiores.

Algo semelhante à segunda hipótese aconteceu com a fabricante Toyota, que ao longo do ano de 2010 teve que realizar um dos maiores *recalls* da história (mais de oito milhões de veículos) em razão de problemas no pedal do acelerador de seus automóveis. O custo com os reparos beirou os dois bilhões de dólares e o valor estimado pela própria fabricante em vendas perdidas estava entre 770 e 880 milhões de dólares¹³. Tudo isso sem se poder contabilizar o impacto da perda de confiança na marca, abalada pelo ocorrido e de reconquista penosa.

No atual contexto, nem mesmo se mostra necessário um grave problema para que a reputação de uma organização se veja seriamente ameaçada. Basta o erro de um dentre milhares de funcionários para que uma crise se instale. Exemplo clássico foi o ocorrido com a rede de lanchonete Starbucks quando dos atentados terroristas de 11 de setembro. A filial próxima ao local da tragédia cobrou por garrafas de água utilizadas para tratar vítimas em estado de choque após o colapso das torres gêmeas. Os profissionais envolvidos no resgate tiveram de dividir a despesa de 130 dólares; o ocorrido foi revelado pela imprensa – com repercussão obviamente muito negativa – e o presidente da empresa teve de se desculpar pessoalmente¹⁴.

A Yum Brands, companhia americana detentora de marcas como KFC, Pizza Hut e Taco Bell, enfrentou problema semelhante, em fevereiro de 2007, com um vídeo em que ratos desfilavam impunemente por uma de suas lojas em Nova York. Apenas duas semanas após o vídeo ter sido veiculado no noticiário matinal americano e assistido por milhões na Internet, o valor das ações da empresa havia caído mais de

¹³ Toyota reverte perdas no trimestre; recall deve custar quase US\$ 2 bi. Folha de São Paulo, caderno Mercado, 04/02/2010. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/foha/dinheiro/ult91u689216.shtml>>. Acesso em: 6 out. 2012.

¹⁴ Starbucks charged rescuers for water. The Guardian, 26/09/2001. Disponível em:

<<http://www.guardian.co.uk/world/2001/sep/26/september11.usa3>>. Acesso em: 6 out. 2012.

9%. Em maio, a Yum Brands anunciou o fechamento não só da filial envolvida, mas de nove outras lojas na cidade (WEBER, 2009, p. 20). Tratam-se apenas de alguns dentre uma enorme variedade de exemplos que demonstram como o mundo corporativo, cada dia mais globalizado e competitivo, demanda das empresas muita atenção a toda sorte de detalhes que há pouco poderiam passar despercebidos.

Vários estudos demonstram o profundo impacto da reputação nos lucros e nos preços das ações das companhias e, cada vez mais, isso requer delas a capacidade de conhecer bem e manter ilibada a imagem que têm junto aos seus consumidores. Para o escopo delimitado neste trabalho, basta a noção, que se pretende ter deixado nítida, da relevância atual que a reputação tem para a marca de uma empresa.

4.3 A Internet como fator de vulnerabilidade da reputação

Em tempos nos quais, como assinalado, a reputação é um dos mais importantes ativos das empresas, as ferramentas propiciadas pela Internet podem constituir uma ameaça constante. Exatamente no que as redes sociais têm de mais característico está o que hoje deve constituir o foco da atenção das companhias: a interação direta entre milhões de pessoas e a instantaneidade do fluxo de informações.

Dada a crescente competição por mercados, nem sempre pautada por uma ética bem definida, na medida do possível as grandes empresas naturalmente se mantêm preparadas contra os ataques de seus concorrentes diretos, igualmente grandes e poderosos. No entanto, mesmo elas podem ser surpreendidas com a iminência de danos cuja origem é um pequeno grupo de pessoas ou até mesmo um só indivíduo. Nos tempos atuais, o que permite que esse indivíduo, até muito recentemente considerado inexpressivo, constitua uma ameaça é o poderoso arsenal que se tornaram as mídias sociais. Sites, blogs, *tweets*¹⁵, vídeos, páginas de protesto e correntes de email podem fazer com que um consumidor descontente venha a causar considerável prejuízo à imagem da empresa – com implicação negativa direta em seus lucros. Se o “arsenal” só faz crescer, o mesmo vem ocorrendo com o número de “combatentes”, como descrevem Collings e Rohozinski:

¹⁵ Mensagem de texto com até 140 caracteres enviadas através da rede social *Twitter*.

Dois terços da humanidade agora possuem um telefone celular e um terço está conectado à Internet. Há poucas áreas do globo que não estão de alguma forma “conectadas”, seja pela Internet ou por rádios e emisoras de televisão terrestres ou via satélite. Além disso, o custo da tecnologia que pode ser usada para criar um “produto” de informação transmissível por estes meios está em constante queda. Enquanto a comunicação com uma audiência de massa teve outrora custos proibitivos, hoje qualquer um armado com uma câmera digital de cem dólares e uma conexão com a Internet é um Spielberg ou uma Riefenstahl em potencial (COLLINS e ROHOZINSKI, 2009, p. 77)¹⁶.

Com isso, as novas mídias permitem que informações negativas circulem com muita rapidez e atinjam um número muito maior de pessoas, assim como a opinião de cada consumidor a respeito do produto ou serviço de determinada empresa. Como sempre foi a regra, naturalmente as críticas encontram nas redes sociais um ambiente mais acolhedor do que os elogios. Afinal, no pleonasma do adágio popular, notícia ruim corre depressa.

4.3.1 As Mídias Sociais e sua ameaça à reputação das empresas

A definição de mídia social, expressão traduzida do inglês *social media*, parece preceder sua frequente utilização atual. Como bem explica o nome, em uma primeira análise o conceito se presta a batizar qualquer conteúdo produzido descentralizadamente, de usuário para usuário. Com o advento da Internet, o conceito de mídias sociais parece ter se circunscrito às ferramentas que possibilitam tal interação entre as pessoas no ambiente virtual: todos produzem conteúdo, que é acessado por todos.

Em artigo em que define mídia social e aborda a mudança de comportamento dos usuários da rede – que antes simplesmente consumiam conteúdo e agora também fazem parte de sua criação – Kietzmann explica que ela “emprega tecnologias móveis e baseadas em rede para criar plataformas altamente interativas por meio

¹⁶ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: Two-thirds of humanity now own a cell phone and a third are connected to the Internet. There are few areas of the globe that are not “connected” somehow, either by the Internet or terrestrial or satellite radio or TV. In addition, the cost of technology that can be used to create an information “product” deliverable by these means is constantly falling. Whereas communication with a mass audience was once prohibitively costly, today anyone armed with a hundred dollar digital camera and a connection to the Internet is a potential Spielberg or Riefenstahl.

das quais indivíduos e comunidades compartilham, criam conjuntamente, discutem e modificam conteúdo gerado pelo usuário” (KIETZMANN et al, 2011, p. 241)¹⁷.

Kaplan e Haenlein constroem sistematização elucidativa, em que dividem as mídias sociais em seis categorias: a) projetos colaborativos (p. ex. enciclopédias *online* como a Wikipédia); b) blogs e microblogs (esses tendo como exemplo principal o Twitter); c) comunidades de conteúdo (como o banco de vídeos Youtube); d) sites de redes sociais (como Facebook, MySpace e Orkut); e) mundos de jogos virtuais (p. ex. World of Warcraft); f) mundos sociais virtuais (p. ex. Second Life) (KAPLAN; HAENLEIN, 2010, p. 62-64).

As mídias sociais estabelecem uma relação dicotômica com as empresas. Ao mesmo tempo em que se tornam valiosas ferramentas de propaganda, suporte ao consumidor e até mesmo intercâmbio interno de informações; também são – dentre os fenômenos propiciados pela Internet – exatamente o que maior risco apresenta à reputação das empresas.

No entanto, embora seja dada maior relevância a tais ameaças, há que se ressaltar que outras existem; e vão desde a produtividade dos funcionários até a contaminação com *malware*¹⁸.

Nada melhor do que a opinião dos próprios executivos de gerenciamento de riscos para se identificar, na visão da empresa, as maiores ameaças oferecidas pelas mídias sociais. A consultoria americana Altimeter Group, especializada na realização de pesquisas corporativas, conduz anualmente um levantamento sobre o gerenciamento de riscos de mídias sociais pelas empresas. Para o ano de 2012, um total de 92 executivos de vários mercados foram entrevistados, sendo que todos têm o gerenciamento de riscos de mídias sociais como função primária de suas ocupações ou parte significativa de suas responsabilidades profissionais.

¹⁷ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “Social media employ mobile and web-based technologies to create highly interactive platforms via which individuals and communities share, co-create, discuss, and modify user-generated content”.

¹⁸ Do inglês, abreviatura de *malicious software*, pode designar qualquer software que se infiltra inadvertidamente em um sistema de computador para obter informações ou causar danos; trata-se de gênero dentre cujas espécies estão o vírus, *worms*, *trojans* (cavalos de troia) e *spywares*.

Embora limitada ao contexto norte-americano, em tempos de modelos globais de gestão a pesquisa serve à realidade brasileira. Por meio de seus resultados, é possível sistematizar quatro riscos principais que derivam das mídias sociais:

I. Dano à reputação da marca. 66% dos entrevistados consideram que as mídias sociais representam risco crítico ou significativo à reputação de suas empresas. De fato, de tais danos pode resultar grave abalo da credibilidade da companhia.

Há que se ressaltar, no entanto, que as mídias sociais apresentam risco também endógeno, quando suas ferramentas são mal utilizadas pela própria empresa. A rede varejista estadunidense Kenneth Cole, veterana do mercado da moda, em fevereiro de 2012 se valeu dos protestos da chamada Primavera Árabe para uma ação publicitária no Twitter: “Milhões em distúrbio no Cairo. Há rumores que souberam que nossa nova coleção de primavera já está disponível online em [http://bit.ly/Kcairo - KC](http://bit.ly/Kcairo-KC)”. O resultado foi desastroso, beirou o boicote e motivou um pedido de desculpas enfático que classificou a manifestação de insensível e absolutamente inapropriada.

No Brasil, um texto que circulava na rede desde 2007 foi utilizado pela DKT, que atua na produção e comércio de preservativos. Intitulada “Dieta do Sexo”, a campanha publicitária – centrada no ambiente virtual – comparava, dentre outras atividades, a queima calórica de se despir uma mulher com e sem o consentimento dela. A repercussão foi obviamente negativa, culminando, em setembro de 2012, com a sustação da peça publicitária pela 6ª Câmara do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Representação nº 184/12).

II. Vazamento de informações confidenciais. As mídias sociais facilitam sobremaneira o vazamento de informações sigilosas, seja acidental ou malicioso. Informações sensíveis como resultados financeiros e mudanças nos quadros da empresa são alvo de tutela específica, principalmente pelas grandes corporações. Não coincidentemente, 32% dos entrevistados consideraram que as mídias sociais oferecem risco crítico ou significativo quanto ao vazamento de informações confidenciais. Tal fenômeno, por exemplo, custou o emprego de Gene Morphis, diretor financeiro da Francesca’s Holdings, companhia aberta estadunidense

também atuante no mercado da moda. Em mais de uma oportunidade, o executivo acabou publicando no Twitter mais do que devia, e acabou demitido por comentários como “Reunião do conselho. Bons números = conselho feliz”; e “Campanha itinerante completada. Vendidos \$275 milhões em ações secundárias. Fiz por merecer meu salário esta semana”¹⁹.

III. Violações legais e regulatórias. Diante da ausência de uma regulamentação específica da utilização da Internet – que é hoje em dia baseada na interpretação da legislação existente; principalmente as empresas em ramos de atuação sujeitos a um controle mais rígido devem se atentar ao ambiente virtual e evitar práticas passíveis de punição. Na Austrália, em decisão paradigmática, por iniciativa de uma agência reguladora (Comissão Australiana de Concorrência e Consumidor) a clínica Allergy Pathway foi condenada a pagar multa por comentários considerados falsos ou enganosos publicados por terceiros no site da companhia e em seus perfis em redes sociais. Mesmo considerando que a empresa não foi responsável pelas publicações, o Tribunal Federal concluiu que ao deixar de removê-las a companhia assumiu tal responsabilidade²⁰. Outro problema considerável é a utilização inadequada da Internet por empregados da empresa, podendo também dar ensejo à responsabilização do empregador por atos ilegais. Por meio de exemplos assim se compreende a razão de 30% dos executivos entrevistados indicarem que os riscos legais e regulatórios advindos das mídias sociais são críticos ou significantes, enquanto outros 25% os consideraram moderados.

IV. Falsa identidade. Lamentavelmente, são comuns casos de indivíduos tendo suas identidades utilizadas maliciosamente na Internet por terceiros. Cada dia mais frequente também se torna a utilização indevida de identidades organizacionais nas plataformas de mídias sociais, inclusive com a criação de perfis falsos em redes sociais, onde se produzem informações inadequadas supostamente em nome das empresas. Gaines-Ross cita como exemplo o que ocorreu com a companhia petrolífera British Petroleum, quando do vazamento de sua plataforma no Golfo do

¹⁹ Facebook and Twitter Postings Cost CFO His Job. The Washington Post, 14 mai 2012. Disponível em: <<http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303505504577404542168061590.html>>. Acesso em: 06 out. 2012.

²⁰ “Firm fined for testimonials by Facebook ‘fans’ and tweeters”. Australian Competition & Consumer Commission. Disponível em: <<http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/972417/fromItemId/142>>. Acesso em: 6 out. 2012.

México: “[...] um usuário do Twitter se fazendo passar por funcionário do departamento de RP da petrolífera parodiava a resposta da empresa, pintando um retrato tragicamente cômico de venalidade e incompetência” (GAINES-ROSS, 2010, p. 42). O conteúdo da conta falsa, que possuía mais seguidores do que a verdadeira da companhia na rede social, teve significativa repercussão na imprensa – o que só aumentou o impacto negativo.

4.4 Uma nova relação entre empresa e consumidor: transparência

A Internet, mais especificamente ao servir de suporte na proliferação das redes sociais, pode ser apontada como a catalisadora do surgimento de uma nova relação entre as empresas e os consumidores. Esta nova relação, baseada principalmente na transparência, decorre do aprofundamento do nível de interação entre as pessoas e a maior velocidade do fluxo de informações.

Em um contexto de mídias convencionais, normalmente chegava ao conhecimento do grande público apenas a “versão” da empresa sobre o seu produto ou serviço, através da publicidade. Caso algum consumidor se frustrasse com a compra realizada, tal informação estaria circunscrita a um limitado grupo. Apenas aqueles com os quais ele interagisse no seu cotidiano, como a família, amigos mais próximos e colegas de trabalho, teriam conhecimento da qualidade questionável daquele produto ou serviço. Ainda assim, por se tratar de queixa isolada, mantinha-se inabalado o benefício da dúvida.

Atualmente, inobstante as críticas que culpam a Internet pelo agravamento da falta de contato social efetivo que é característico da sociedade contemporânea, não há como negar que o nível de interação entre os indivíduos aumentou bastante, ainda que, se argumente, não qualitativamente.

Por meio das redes sociais, determinada informação que antes se limitava a uma dezena de pessoas integrantes deste círculo de convivência social cotidiana, hoje alcança centenas ou milhares de pessoas instantaneamente, para daí ser compartilhada por outras tantas. Para além disso, quando se trata da insatisfação

com determinado produto ou serviço, a recorrência da queixa derruba o benefício da dúvida e escancara a deficiência da empresa.

Percebe-se nitidamente, assim, que se estabeleceu um novo contexto ao qual a empresa deve se atentar antes de disponibilizar ao consumo seu produto. Antes do advento das redes sociais, caso determinado produto de qualidade duvidosa fosse colocado no mercado, os primeiros consumidores – ao identificar tais falhas – poderiam compartilhar com as pessoas próximas sua insatisfação com a compra. No entanto, ainda que houvesse alguma repercussão, antes que ela se desse muitos outros teriam adquirido o mesmo produto. Hoje não só isso chega ao conhecimento de muitos, mas a tempo de evitar que eles também sejam ludibriados.

Ademais, um fenômeno crescente é a busca por informações relativas ao produto ou serviço que se pretende adquirir antes mesmo da realização da compra. O consumidor adotou uma nova jornada na tomada de decisão, e em vez de reduzir sistematicamente as variadas opções de compra, elimina e acrescenta tais opções ao longo de um processo decisório que se estende consideravelmente. Além disso, o cliente passa a manter um relacionamento com a marca, compartilhando suas experiências – principalmente as negativas – através da Internet, como explica Edelman (2010);

Hoje, o consumidor trava contato com marcas de modo radicalmente distinto, muitas vezes em canais de mídia fora do controle de fabricantes e varejistas. Isso significa que estratégias tradicionais de marketing devem ser reformuladas para computar a mudança nesse relacionamento com a marca. No passado, o consumidor ia reduzindo sistematicamente o leque de marcas consideradas até chegar a uma escolha final e completar o engajamento com a compra. Hoje, com o uso pesado da interação digital, o indivíduo avalia um leque oscilante de opções e, após a compra, segue engajado com a marca em mídias sociais (EDELMAN, 2010, p. 35).

Com estas novas práticas do consumidor contemporâneo, surgiram sites especializados em acolher tais experiências, que se tornaram verdadeiro repositório de críticas e valiosa fonte de consulta para outros consumidores em potencial. Com tudo isso, se intensifica este processo de interação prévia e a importância da reputação da marca para a empresa, o que deve atrair também sua proteção. Não só o consumidor pode ouvir outros consumidores, como a importância da opinião deles é cada vez mais relevante e confiável.

Mesmo não se pretendendo superestimar a força do consumidor, pode-se afirmar que a assimetria na balança de poder da relação consumerista diminuiu com o advento das redes sociais e o crescimento do fluxo de interação que dele decorreu. Anderson se refere a este fenômeno como “inversão da pirâmide”; como uma mudança do poder corporativo para poder do consumidor, que ele considera uma realidade do século XXI (ANDERSON, 2006). Se ao consumidor de outrora restava confiar na publicidade e adquirir o produto, hoje ele exerce um papel mais ativo e influente no processo de compra, inclusive intensificando a concorrência entre as empresas.

A multinacional de origem americana Edelman, maior empresa de relações públicas do mundo, realiza anualmente uma pesquisa em dezenas de países para avaliar confiança que os indivíduos depositam nas empresas, governos, organizações não governamentais e na imprensa. A edição de 2012 do chamado *Trust Barometer* (barômetro da confiança, em tradução livre) entrevistou ao longo do ano de 2011 mais de 30.000 pessoas em 25 países, incluindo o Brasil.

Algumas constatações da pesquisa são relevantes para o que ora se discute. De início, a própria nota à imprensa – quando do lançamento dos resultados – já destaca que “o Brasil teve as maiores quedas de confiança em todas as principais instituições – governo (53 por cento), ONG’s (queda de 31 por cento), empresas (18 por cento) e imprensa (12 por cento)” (BUSH, 2012, p. 3)²¹.

A pesquisa também tem o condão de demonstrar a maior relevância da opinião de outros consumidores no processo de compra. Em um dos itens da pesquisa, é oferecida ao entrevistado uma lista enumerando oito indivíduos: acadêmico ou *expert*; *expert* técnico da companhia; uma pessoa como você mesma; empregado da empresa; representante de uma ONG; analista financeiro ou industrial; diretor-executivo; agente do governo ou regulador. Com essas opções, era feita a seguinte pergunta “Em geral, ao formar uma opinião sobre uma empresa, se você ouvisse

²¹ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “Brazil saw the greatest drops in trust across all major institutions – government (53 points), NGOs (down 31 points), business (18 points), and media (12 points)”.

informações sobre ela de cada uma destas pessoas, quão confiável seria a informação?”. O entrevistado deveria então responder para cada indivíduo da lista, em uma escala que vai de extremamente confiável a totalmente não confiável. Com os resultados, é estabelecido um índice de confiança, que na última pesquisa demonstrou que “uma pessoa como você mesma”, com 65% de índice de confiança, só perde em confiança para os acadêmicos e para os experts. Repetido o ocorrido de 2011 para 2012, a tendência é de alta. Nos resultados daquele ano, “uma pessoa como você mesma” tinha 43% de confiabilidade e figurava em sexto lugar, vencendo apenas os agentes do governo e os empregados da própria empresa.

Outro importante dado constatado pela pesquisa é que, entre pessoas de 18 a 29 anos, a mídia digital é a fonte mais utilizada para notícias em geral e informações (BUSH, 2012, p. 3). Pode-se admitir por hipótese que, em se tratando de um público jovem, a tendência é que com o passar do tempo as informações que constam nas mídias sociais mereçam atenção ainda maior por parte das empresas.

Da mesma forma, dependendo do meio de comunicação, a publicidade é mais ou menos confiável. Pesquisa recente da multinacional Nielsen, também realizada em âmbito mundial, classificou dezenove veículos de comunicação conforme seu grau de confiabilidade: do velho boca a boca ao “torpedo” de celular, passando pelas mídias convencionais e até filmes na Internet. Dentre os mais confiáveis para o público estão exatamente a recomendação de pessoas conhecidas, a opinião de consumidores disponibilizadas no ambiente virtual e os artigos jornalísticos²².

Em resumo, se a sabedoria popular sempre considerou a propaganda a “alma” do negócio e o “boca a boca” a melhor propaganda, isso parece estar ainda mais correto após o advento da Internet, uma vez que as mídias sociais forneceram ao tradicional “boca a boca” uma publicidade quase total e rápida disseminação.

A mudança maior, entretanto, pode ser identificada no quanto a opinião do consumidor atualmente influi na reputação da empresa. Beal e Strauss (2008) enumeram fatos que o demonstram:

²² Ver mais em “Na era da internet, boca a boca ainda é melhor propaganda”. Estado de São Paulo, caderno Economia, 23 abr 2012. Disponível em: <<http://migre.me/b0gdh>>. Acesso em: 06 out. 2012.

Noventa e cinco por cento dos diretores executivos considera que a reputação corporativa tem um papel importante no alcance dos objetivos do negócio [...]; sessenta e três por cento do valor de mercado de uma companhia é atribuível à reputação [...]; as dez empresas que encabeçam o “World’s Most Admired Companies”²³ possuem um total de retorno ao acionista quase três vezes maior que aquelas do S&P 500, como um todo (18,5% contra 7,1%)[...]²⁴ (BEAL e STRAUSS, 2008, p. XXV).

Percebe-se que a opinião do outro está cada vez mais relevante na hora da compra. Permanece incerto, no entanto, o que se entende por “uma pessoa como você mesma”. De acordo com a pesquisa da Edelman que utiliza esta terminologia, os entrevistados depositam muita confiança em pessoas que compartilham seus interesses, valores, profissões e até posições políticas; o que faz com que a opinião delas tenha influência em seu comportamento ao consumir. Exatamente isto pode explicar, em parte, o sucesso de sites que comportam avaliações de consumidores.

4.5 Reviews e Ratings: nasce a reputação digital

A *e-reputation* (reputação eletrônica) – também conhecida por cyber-reputação ou reputação digital – pode ser considerada, em termos gerais, o conceito que determinada pessoa detém no ambiente virtual; seu “bom nome” entre os internautas.

Obviamente, tal conceito será baseado também em todas as informações que constarem da Internet à respeito de uma pessoa. Em outras palavras, “esta notoriedade digital, que pode constituir um fator de diferenciação e representar uma vantagem competitiva no caso das marcas, é moldada pelo estabelecimento de elementos positivos e o monitoramento de elementos negativos” (APOSTOLIS, 2012, p. 1).

²³ Ranking anual das “empresas mais admiradas do mundo”, elaborado pela revista americana *Fortune* através de pesquisa com homens e mulheres de negócios, dentre várias indústrias. Listagem disponível em: <<http://money.cnn.com/magazines/fortune/most-admired>>. Acesso em: 06 out. 2012.

²⁴ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “ninety-five percent of chief executives believe that corporate reputation plays an important role in achieving their business objectives [...] sixty-three percent of a company’s market value is attributable to reputation [...] the top 10 ‘World’s Most Admired Companies’ enjoy a total shareholder return of nearly three times that of the S&P 500 as a whole (18,5% versus 7,1%)”.

Não se assemelha razoável, no entanto, uma diferenciação profunda que alguns estabelecem entre o que se passa dentro da Internet e suas redes sociais e o que consta da chamada grande mídia e dos demais meios de interação social. Até mesmo o recurso ao termo “mundo digital” frequentemente acompanha uma visão que parece estabelecer uma realidade paralela ao que seria o “mundo real”: este mundo “analógico” em que as pessoas interagem física e diretamente, sem a intermediação de meios de comunicação, onde os indivíduos se identificam pelo nome e não pelo endereço IP²⁵.

Aliás, a noção da existência de um mundo totalmente separado do que ora se habita – este velho mundo de fronteiras e interações físicas – inclusive é um dos fundamentos de uma das correntes teóricas do direito virtual (escola libertária), conforme oportunamente será tratado. Carlos Alberto Rohrmann combate esta visão: “Não se pode crer no surgimento de um Estado separado do mundo físico apenas porque se criou um ambiente de comunicação como a Internet, que interliga vários Estados” (ROHRMANN, 2005, p. 21).

Na verdade, não obstante a revolução que de fato implementou nas comunicações e nas relações sociais, a Internet continua sendo mais um suporte à interação entre os indivíduos; não deixando de espelhar o que passa na sociedade. Assim, da mesma forma que é inadequado subestimar seus efeitos na sociedade contemporânea, é também irreal considerar que ela está imune ao que se dá fora dela; *offline*. A Internet faz parte da sociedade, lhe influencia e por ela é influenciada.

Assim, a chamada *e-reputation* é fruto da atuação de determinada pessoa dentro e fora da Internet. Na lógica empresarial, o mau tratamento dedicado pelos funcionários de uma loja aos seus clientes, na relação presencial entre indivíduos, pode se traduzir na disseminação de críticas no ambiente virtual, afetando o que é chamado de reputação digital ou eletrônica. Da mesma forma, o surgimento, dentro das redes sociais, de denúncias contra a idoneidade de determinado fornecedor de

²⁵ Do inglês *internet protocol*. “A todo computador ligado na Internet é atribuído um único endereço conhecido como o endereço IP. O endereço IP de cada computador ligado na Internet é único, um número de identidade de localização do computador na rede” (ROHRMANN, 2005, p. 3).

produtos, pode ter impacto direto sobre o conceito que tal empresa detém nos demais canais de interação social.

Exemplo do primeiro caso ocorreu recentemente com a franquia de restaurantes Spoleto. Em agosto de 2012 um canal de humor sediado pelo site de compartilhamento de vídeos *Youtube* publicou uma sátira nitidamente dirigida à franquia. Nele, o funcionário responsável pelo preparo dos pratos, que são elaborados de acordo com as determinações do consumidor, destratava os clientes exigindo deles rapidez na escolha dos ingredientes²⁶. Assistido por quase dois milhões de pessoas apenas no canal de origem, a repercussão do vídeo obviamente ameaçava a reputação da empresa. Assim, em questão de semanas, a rede de franquias contratou os mesmos humoristas para lançar outro vídeo em resposta ao que a criticava: a personagem troca de empregos repetidamente em razão de seu destempero – o que desvincula dos valores da empresa o atendimento grosseiro – e ao final do vídeo, após reconhecer seu erro, a empresa oferece canal para que os consumidores reclamem caso tenham sido mal atendidos²⁷.

Percebe-se, dessa forma, que a reputação na verdade é uma só, e a diferenciação entre uma reputação digital e uma antagonista, que poderia ser chamada de analógica ou *offline*, só faria sentido se pudesse ser vislumbrada a coexistência de dois conceitos diametralmente opostos acerca da mesma pessoa, seja natural ou jurídica, um no ambiente virtual e outro fora dele. Tal circunstância se assemelha improvável mesmo diante de índices ainda consideráveis de exclusão digital.

Ao que poderia se referir com propriedade o termo reputação digital é à etiologia de determinado conceito construído acerca de uma pessoa. Em outras palavras, o termo deveria estar relacionado aos efeitos que tudo o que consta da Internet sobre alguém tem sobre sua reputação, seu nome, sua imagem, sua marca.

Como já abordado, a relevância deste conteúdo é tamanha no mundo atual, especialmente para as empresas, que muitos sites se especializaram em oferecer

²⁶ **SPOLETO**. You Tube, 13 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Un4r52t-cuk>>. Acesso em: 6 out. 2012.

²⁷ **SPOLETO – Parte II**. You Tube, 29 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=ebe-3s4TLfQ>>. Acesso em: 6 out. 2012.

aos internautas um repositório de críticas dirigidas às empresas, sua relação com o consumidor, seus serviços e produtos.

São as chamadas *reviews*, muito usuais nos Estados Unidos – fonte primária da popularização destes sites. Em tradução livre, seria o equivalente ao sentido que no Brasil se dá ao termo crítica (nesse sentido, *review* pode ser tanto o verbo, significando revisar, vistoriar, inspecionar, examinar ou mesmo escrever e publicar críticas ou resenhas; quanto pode ser substantivo e designar tais análises propriamente ditas).

Reunidas nestes sites, não raro as críticas dão origem ao chamado *rating*, que é a classificação do que está sendo avaliado – dentro de critérios minimamente objetivos; distinguindo os melhores e piores. Tal categorização, obviamente, deve ser alvo de muita atenção por parte das empresas avaliadas.

Exemplo consolidado destes repositórios de avaliações é o site Trip Advisor (<http://www.tripadvisor.com>). Criado há mais de uma década, tem grande parte de seu conteúdo gerado pelos próprios visitantes do portal, que consiste em milhões de comentários de turistas sobre suas próprias experiências de viagens, avaliando, dentre outros, os hotéis, atrações e restaurantes.

Tais avaliações envolvem uma série de fatores, ficam disponíveis a todos os usuários e alimentam rankings. Quanto aos hotéis, exemplo mais relacionado com os objetos desta pesquisa, a crítica envolve desde uma classificação geral até critérios específicos como limpeza, preço e qualidade do sono. Com base nessas informações geradas pelos próprios visitantes, os hotéis de determinada localidade são classificados – do melhor ao pior.

Desta forma, o site constitui uma valiosa fonte de consulta para quem pretende viajar, uma vez que fornece informações tidas como confiáveis pelos consumidores (conforme pesquisas já abordadas neste trabalho demonstraram). Ademais, as informações constantes do portal – dependendo de seu conteúdo – podem propiciar uma propaganda de custo baixo e alto impacto para a empresa, ou constituir mancha indelével à sua reputação. Segundo o próprio site, que opera em trinta

países, ele é visitado por mais de 60 milhões de pessoas diferentes a cada mês, e contém mais de 75 milhões de avaliações²⁸. O porte da empresa demonstra a relevância deste mercado de críticas *online*: o valor de mercado estimado de suas ações em negociação na bolsa NASDAQ²⁹ supera os 4,4 bilhões de dólares³⁰.

No Brasil, o site Reclame Aqui (<http://www.reclameaqui.com.br>) também recebe críticas de consumidores insatisfeitos com produtos e serviços adquiridos. As centenas de reclamações diárias são levadas ao conhecimento das empresas, e permanecem em aberto até que uma resposta seja dada ao consumidor. Após o retorno da empresa, ao usuário é facultada uma tréplica, avaliando a solução dada pelo fornecedor do produto ou serviço.

Com base nas respostas, o site também classifica as empresas de acordo com alguns critérios, como o percentual de reclamações respondidas e o índice de casos efetivamente solucionados. As empresas que atingem certos níveis objetivos ainda recebem um selo, criado pelo portal com o objetivo de destacar as empresas que atendem as reclamações postadas no site. O serviço oferecido pelo portal é consideravelmente popular: de acordo com as estatísticas da Alexa Internet³¹, o endereço é o 106º mais acessado no Brasil, à frente de sites com número elevado de visitantes, como o das empresas de transporte aéreo TAM (109º) e Gol (125º); além de portais de gigantes em vendas, como o Shoptime (139º) e as Casas Bahia (140º)³².

Se atualmente as empresas estão preocupadas com ataques à sua reputação no ambiente virtual, para as pessoas físicas os efeitos dessas comuns investidas são ainda mais perversos – também atraindo, com muito mais razão, a atenção do Direito.

²⁸ **About Trip Advisor**. Disponível em: <http://www.tripadvisor.com/pages/about_us.html>. Acesso em: 6 out. 2012.

²⁹ Bolsa de valores norte-americana que concentra a negociação de ações de empresas de alta tecnologia em eletrônica, informática, telecomunicações e biotecnologia.

³⁰ **TRIP: Stock Quote & Summary Data**. Disponível em: <<http://www.nasdaq.com/symbol/trip>>. Acesso em 6 out. 2012.

³¹ Alexa Internet é uma companhia sediada nos Estados Unidos que, dentre outros serviços, fornece informações de tráfego de dados e rankings globais de acesso a milhares de *sites*.

³² **Top 500 sites in Brazil**. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites/countries;7/BR>>. Acesso em: 6 out. 2012.

Trata-se do também já batizado *cyberbullying*, derivada *online* de uma prática intimidadora lamentavelmente comum, em especial entre jovens. Caracteriza-se quando as tecnologias de informação e comunicação servem de suporte a comportamentos hostis, deliberadamente destinados a determinado indivíduo – ou grupo – com a intenção de intimidá-lo, prejudicá-lo ou humilhá-lo. Explicam Kowalski, Limber e Agatson:

Cyberbullying, também conhecido por *bullying* eletrônico ou crueldade social online, é definido como a prática da intimidação por meio de correio eletrônico, mensagens instantâneas, em uma sala de bate-papo, em um site da Internet, em jogos online, ou por meio de mensagens ou imagens digitais enviadas a um telefone celular. Embora compartilhe algumas características do *bullying* tradicional, o *cyberbullying* representa um fenômeno relativamente ímpar que vem recebendo cada vez mais atenção nos últimos anos, tanto da imprensa popular quanto dos círculos acadêmicos (KOWALSKI; LIMBER; AGATSON, 2012, p. 1)³³.

Pelos mesmos motivos que aumenta a vulnerabilidade da reputação das empresas, como oportunamente apontado, a Internet constitui um ambiente propício às ofensas anônimas, em que tais agressões contra os indivíduos encontram rápida difusão, potencializando seus efeitos nefastos. A projeção que a Internet oferece a tais práticas é bem resumida por Sullivan, que relata: “Crianças podem ser cruéis; e crianças com tecnologias podem ser cruéis em uma escala mundial” (SULLIVAN *apud* KOWALSKI; LIMBER; AGATSON, 2012, p. 2)³⁴. Recentemente, o *cyberbullying* fez mais uma vítima fatal. A adolescente canadense Amanda Todd, que já havia publicado um vídeo no site YouTube sobre as intimidações, humilhações e ameaças que vinha sofrendo pela Internet, cometeu suicídio no dia 10 de outubro de 2012, aos quinze anos de idade (GRENOBLE, 2012).

A ciência do Direito, obviamente, não pode ignorar tais práticas. Assim, as novas tecnologias de comunicação também têm atraído a atenção dos legisladores,

³³ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “Cyberbullying, also known as electronic bullying or online social cruelty, is defined as bullying through e-mail, instant messaging, in a chat room, on a Web site, on an online gaming site, or through digital messages or images sent to a cellular phone. Although sharing certain features in common with traditional bullying, cyberbullying represents a somewhat unique phenomenon that has been receiving increasing attention in recent years in both the popular press and in academic circles”.

³⁴ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “Kids can be cruel. And kids with technology can be cruel in a world-wide scale”.

preocupados em coibir sua utilização para a prática de danos contra a imagem e a honra dos indivíduos.

Embora o Brasil não conte com Lei Federal concernente ao assunto, iniciativas locais se dedicam ao tema, incluindo, no âmbito de Belo Horizonte, a Lei Municipal nº 10.213, de 29 de junho de 2011, que criou um programa de combate ao bullying e desde a conceituação do fenômeno se mostrou atenta à possibilidade da prática virtual de tal intimidação:

Art. 1º - Fica criado o Programa BH Trote Solidário e Cidadão e de Prevenção e Combate ao Bullying, de ação multidisciplinar e participação comunitária, nas escolas da rede municipal de educação.

Parágrafo único - Entende-se por bullying as atitudes de violência física ou psicológica intencionais e repetitivas, presenciais ou virtuais, manifestadas por um indivíduo, ou grupos de indivíduos, contra uma ou mais pessoas, com o objetivo de intimidar ou agredir, causando dor e angústia à vítima, em uma relação de desequilíbrio de poder entre as partes envolvidas.

[...]

Art. 3º - O bullying evidencia-se nos seguintes atos de intimidação, humilhação e discriminação, entre outros:

[...]

X - utilização de recursos tecnológicos que provoque sofrimento psicológico a outrem, dando origem ao cyberbullying (BELO HORIZONTE, 2011).

Dentre os objetivos do programa criado, enumerados em seu art. 4º, mais uma vez o fenômeno do *cyberbullying* é citado pela legislação municipal:

Art. 4º - São objetivos do Programa de que trata esta Lei:

[...]

XVII - disponibilizar informações na rede mundial de computadores para prevenir e combater o bullying, buscando orientar e conscientizar sobre os malefícios da agressão do cyberbullying (BELO HORIZONTE, 2011).

Legislação semelhante também vigora, dentre outras localidades, no Estado de Santa Catarina e no município de São Paulo. Da mesma forma, projeto de lei (PL 1785/2011) buscando detalhar ações de combate ao bullying na Lei de Diretrizes e Bases da Educação encontra-se na Comissão de Educação e Cultura da Câmara dos Deputados. Originário do Senado (PLS 228/2010), o projeto busca incluir, dentre as incumbências dos estabelecimentos de ensino, a promoção de um ambiente

escolar seguro e a adoção de estratégias de prevenção e combate à prática do bullying.

Percebe-se, assim, uma preocupação crescente tanto com as práticas atentatórias à dignidade humana, quanto com o impacto das mais recentes tecnologias de informação e comunicação sobre o cometimento de tais atos. Não obstante incomparáveis os bens em tutela, também a reputação das pessoas jurídicas deve ser alvo de adequada proteção, em especial contra a utilização inadequada destas tecnologias.

4.6 Danos à reputação da empresa no ambiente virtual

De fato, resta nítida uma relação estreita entre a popularização de ferramentas de interação social *online* e o recrudescimento da vulnerabilidade da reputação da empresa perante seus consumidores e fornecedores. Oportunamente, foram inclusive enumerados os principais riscos oferecidos pelas mídias sociais à reputação das empresas.

No entanto, relação não há entre esta apontada vulnerabilidade e a ocorrência de danos. Não necessariamente por estar mais sujeita à danos é que a empresa de fato os sofrerá. Mais especificamente, ao maior risco da empresa não corresponde como corolária a existência de danos indenizáveis; decorrentes de atos ilícitos.

A empresa que zela por sua reputação, assegurando a qualidade de seus produtos e a adequada solução dos problemas que eventualmente lhes acometer, naturalmente tem menores chances de sofrer, seja na Internet ou fora dela, danos à sua reputação decorrentes de manifestações de seus consumidores.

Pretende-se diferenciar, com isso, danos decorrentes de manifestações legítimas de indivíduos – até mesmo outras pessoas jurídicas – insatisfeitos com serviços contratados ou produtos comprados; e aqueles decorrentes de atos praticados exatamente com o intuito de denegrir a reputação de determinada empresa, sem fundamentos fáticos ou deliberadamente abusivos.

Assim, a Internet não só aumentou os riscos de uma empresa ter sua reputação abalada por críticas legítimas e fundamentadas, como também facilitou a prática de atentados ilícitos contra a integridade de sua marca e a gravidade das consequências desses atos (em razão da velocidade do fluxo das informações e sua publicidade irrestrita).

Embora muitas vezes preparada adequadamente para eventuais embates contra seus habituais e semelhantes concorrentes, a empresa pode se ver surpreendida por ataques sem remetentes identificáveis, não raro partidos de um só indivíduo. A munição de que dispõe hoje uma pessoa disposta a investir contra a reputação inclusive de uma grande corporação é infinitamente maior do que a existente antes do advento da Internet e seus blogs, redes sociais e ferramentas de compartilhamento de vídeos.

Como explica Leslie Gaines-Ross, as regras do engajamento mudaram drasticamente:

Um crítico já não precisa dos recursos de uma instituição. A internet deixou grandes empresas e ativistas isolados em pé de igualdade. Embora certos antagonistas sejam idôneos, nem todos o são. Muitas vezes, a acusação é só parcialmente verdadeira; às vezes, é total e comprovadamente falsa. A pessoa que ataca provavelmente não é ponderada. Gente que arremete sozinha contra grandes empresas quase sempre é altamente emotiva, quando não irracional (GAINES-ROSS, p. 42).

Não só indivíduos mal intencionados encontram ferramentas capazes de infligir danos às empresas, como a natureza desses ataques dificulta a reação contra eles. Nos moldes tradicionais de embate concorrencial “sadio”, pelo menos as investidas tende a ser antevistas por alertas claros e a empresa normalmente continua detendo algum controle das decorrências – principalmente por saber de onde partem as acusações.

Não se afaste também, em tempos de concorrência acirrada e nem sempre leal, a utilização das novas tecnologias de comunicação para a prática de atos ilícitos pelas próprias empresas, como a divulgação de informações inverídicas que atentem contra a reputação de seus concorrentes. Tal comportamento pode caracterizar a concorrência desleal, neste caso praticada com o auxílio da Internet.

Desde que identificados determinados elementos e verificada a utilização destas ferramentas de comunicação, delinea-se nitidamente o que pode ser chamado de concorrência desleal virtual. A doutrina enumera os requisitos essenciais para a caracterização da deslealdade da concorrência: a) suficiência da culpa, sendo prescindível o dolo por parte do agente; b) desnecessidade de demonstração de dano concreto; c) indispensabilidade da colisão; d) existência de clientela; e) prática de ato repreensível (BITTAR, 2005, p. 47).

Assim, uma notícia inverídica difundida por um concorrente através de correntes de e-mail pode caracterizar o crime de concorrência desleal, em uma modalidade virtual. Outro exemplo da prática é o de empresas que orientam seus empregados a veicular reclamações falsas e críticas prejudiciais à reputação de seus concorrentes.

Conforme exposto, além de dispensável se averiguar a intenção de quem pratica tais atos, tampouco há que se concretizar o dano. Tal circunstância facilita a caracterização da concorrência desleal na hipótese da divulgação de informações falsas que atentem contra a reputação alheia. Nesse caso, da empresa “vítima” não é exigido demonstrar o impacto de tais atos – o que remonta à discussão acerca da imposição de prova de difícil produção com relação aos danos materiais decorrentes de abalos à reputação da pessoa jurídica.

De toda forma, diante da constante iminência destes danos – sejam propositais ou decorrentes da publicidade de problemas verdadeiros – as empresas se vêem forçadas a monitorar o que se “diz” sobre elas no ambiente virtual. Assim, correntes de emails, sites de reclamações, redes sociais e outras ferramentas características da Internet frequentemente se tornam o objeto de trabalho até de departamentos inteiros dedicados ao monitoramento de riscos à reputação da empresa.

Ao Direito, que também deve se dedicar a esta questão, cabe estabelecer a necessária diferenciação, muitas vezes subjetiva, entre a expressão legítima de uma opinião e um ato ilícito a causar dano a outrem. A própria integridade da liberdade de expressão, que deve ser assegurada ao consumidor com relação aos serviços e

produtos que adquire, também perpassa a delimitação do que pode caracterizar um dano ilegítimo à reputação da empresa.

4.7 Liberdade de expressão *versus* integridade da reputação

Pretende-se, a esta altura, ter sido realizada uma análise sucinta dos meios de comunicação derivados de tecnologias cibernéticas e de seu efeito intensificador da interação social – que por sua vez permitiu transparentar a relação entre a empresa e a sociedade, mais especificamente o consumidor.

Os efeitos desta mudança paradigmática são inúmeros, tendo-se focado no recrudescimento da importância da marca e da reputação para as empresas; na vulnerabilidade destes ativos em um contexto de mídias sociais; e na transparência, decorrente do aprofundamento do nível de interação entre as pessoas e da velocidade do fluxo de informações, como catalisadora de uma nova relação entre empresa e consumidor.

Tais alterações naturalmente dizem respeito à ciência do Direito. A globalização, embora há relativamente pouco tempo batizada, é um fenômeno antigo que vivenciou momentos pontuais de intensificação. Não coincidentemente, corresponde a tal processo uma transmutação de valores, acompanhada de perto pelo Direito.

Prova disso é que a consolidação do Império Romano, exatamente um dos marcos remotos do processo de globalização, divulgou o latim e universalizou o direito romano, enformando as instituições jurídicas com nítidos efeitos mesmo dois mil anos depois. Não foi diferente com as grandes navegações e as descobertas, cujo efeito de intensificação do comércio internacional também reclamou a evolução do Direito.

Longe de comparar eventos históricos ou superestimar o efeito das novas tecnologias para a ciência do Direito, busca-se apenas demonstrar que este processo de intensificação das relações sociais – mais especificamente de revolução da informação – demanda reflexões aprofundadas acerca da eficiência

das instituições políticas e jurídicas em vigor, tanto no âmbito interno quanto no internacional.

Agravando o quadro, as modificações graduais deram lugar a uma sociedade pulsante que atualmente se encontra em um processo mais acelerado de integração, com óbvios desdobramentos nos mais variados ramos do conhecimento. Em constante transição, a sociedade vivencia modificações e interferências em suas relações sociais, econômicas e culturais – representando um desafio às ciências que pretendem explicá-la e, no presente caso, regulá-la. A preocupação com os efeitos do veloz desenvolvimento dos meios de comunicação sobre a dinâmica social não é recente, como exemplifica previdente instrução pastoral do Papa Paulo VI, publicada em março de 1971:

Neste momento, se estabelece um problema muito difícil; se estamos ou não no limiar de uma era totalmente nova da Comunicação Social; em outras palavras, se na comunicação se opera não apenas um progresso quantitativo, mas também qualitativo. Nunca foi tão difícil respondê-lo. Uma coisa é certa: com o progresso científico e a evolução tecnológica, que lançou os satélites artificiais, não faltará muito para que informações de todo o mundo, difundidas pelo rádio e a televisão, alcancem simultaneamente toda a humanidade (VATICANO, 1971)³⁵.

Transcorridos mais de quarenta anos, hoje a informação pode ser gerada e transmitida quase sem obstáculos, por qualquer pessoa, por meio da Internet e de suas redes sociais. Nesse contexto, muito se fala em *sociedade da informação*. De fato, o rápido desenvolvimento tecnológico – notadamente no âmbito das comunicações – desencadeou uma série de questionamentos quanto ao impacto destas tecnologias na sociedade contemporânea.

De toda forma, é inegável que os indivíduos vão se habituando a estas tecnologias, que passam a fazer parte de seu cotidiano, sem que isso perpassasse uma noção clara das profundas modificações no modo em que interagimos enquanto sociedade. Inadvertidamente, se consolida um novo contexto de fluxo intenso de informações,

³⁵ Tradução livre, pelo autor, do original em italiano: “A questo punto si pone un problema molto difficile, se siamo cioè alla soglia di un'era totalmente nuova della comunicazione sociale oppure no; se, in altre parole, nelle comunicazioni si sta operando non soltanto un progresso di quantità ma anche di qualità. E quanto mai difficile rispondere. Una cosa è certa: con il progresso scientifico e con l'evoluzione della tecnologia, che ha lanciato i satelliti artificiali, non mancherà molto che tutta l'umanità riceverà contemporaneamente radiocronache e telecronache da tutto il mondo”.

em quantidade e rapidez há pouco inimagináveis. Nessa “sociedade da informação”, a protagonista assume valores sociais e econômicos fundamentais.

Assim, a tecnologia e seu impacto na sociedade contemporânea assumem, como problema, a agenda da literatura científica. Surge uma profusão de novos conceitos, em torno do mesmo objetivo de se explicar como esta revolução vem acontecendo e quais consequências pode trazer para os indivíduos, organizações, e suas inter-relações em sociedade.

Frank Webster sistematiza tal empreitada. Buscando compreender as mudanças na informação, os teóricos se lançam na interpretação de tais modificações no que concerne aos emergentes contornos da produção econômica, novas formas de interação social e processos inovadores de produção. No entanto, não raro falham em apontar claramente de que maneira e por que a informação se torna tão central na sociedade contemporânea, com tal intensidade que chega a prenunciar um novo tipo de sociedade. Para ele, uma adequada apreciação da chamada sociedade da informação, suficiente para distingui-la de outros sistemas sociais, deve necessariamente perpassar a análise de que tipo de informação vem se avolumando, quem produz cada tipo de informação e com que propósito e quais consequências a informação vem sendo gerada (WEBSTER, 1997, cap. 2).

Tal discussão ganha especial relevância também para a ciência do Direito. A profusão de informações, muitas vezes veiculadas por mídias sociais pouco ou nada cerceadas por uma responsabilidade editorial de conteúdo, pode reforçar tensões entre o direito de se expressar e o de não se ver atingido em sua honra, imagem e reputação. Patrícia Peck Pinheiro (2010), em lógica também extensível à pessoa jurídica, delinea tal dicotomia ao alertar, no que concerne à liberdade de expressão, que “o advento dos mecanismos de comunicação e a sua disseminação, tem provocado certo conflito jurídico com outros direitos, como o da proteção da imagem e reputação do indivíduo” (PINHEIRO, 2010, p. 84).

Em uma sociedade em que a informação assume tamanho relevo, é natural que o direito à informação também reclame discussões, perpassando o direito de informar, de ser informado e de não receber informação (nas questões atinentes à

privacidade, em voga no direito virtual graças aos *spams*³⁶). Neste contexto, a proteção ao direito à informação chega a ser apontada como “um dos princípios basilares do Direito Digital” (PINHEIRO, 2010, p. 82).

Trata-se de temática importante para o Direito de uma maneira geral; e de maneira especial para o Direito Virtual. Por isso mesmo, a privacidade e liberdade de expressão na rede merecem todo um capítulo na obra de Carlos Alberto Rohrmann. Nele, é estudado “o direito à liberdade de expressão e o direito à privacidade dos dados daqueles que utilizam os meios virtuais” (ROHMANN, 2005, p. 137). Trata-se de um aspecto da colisão de direitos fundamentais no ambiente virtual. De forma semelhante, e também na rede, contende-se a liberdade de expressão com a proteção da honra.

No contexto deste trabalho, cujo foco é a empresa, alguns apontariam colisão entre o direito à liberdade de expressão e o direito à honra da pessoa jurídica. Coerente com uma visão que não estende à pessoa jurídica atributos como a honra, pode-se afirmar que, ao mesmo tempo em que os indivíduos têm a liberdade de expressar sua opinião com relação à empresa, seus produtos e serviços, a empresa deve ser protegida de danos à sua marca decorrentes de ofensas infundadas contra sua reputação. Cabe perscrutar-se, então, à que proteção estão sujeitos estes direitos em nosso ordenamento jurídico.

Quanto à liberdade de expressão, trata-se de imperativo constitucional. Dentre os direitos e garantias fundamentais em vigor, se encontram disposições assegurando a livre expressão e informação:

Art. 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:

[...]

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato; [...]

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença; [...]

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional (BRASIL, 1988);

³⁶ “O *spam* é o *e-mail* de conteúdo comercial (normalmente uma propaganda) que não foi solicitado pelo destinatário” (ROHMANN, 2005, p. 173).

Também no que diz respeito à ordem social, a Constituição da República de 1988 dedica capítulo à comunicação social, cujo artigo inaugural dispõe:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º - Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º - É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística (BRASIL, 1988).

Novamente cingindo a discussão à pesquisa proposta, podem-se destacar também as previsões do Código de Defesa do Consumidor que asseguram, de forma mais específica, o direito de reclamação por parte do consumidor, não deixando de constituir consectário da liberdade de expressão. Além de garantir esse direito, o Código determina que “os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente” (BRASIL, 1990, art. 44).

Lamentavelmente, a instabilidade política que caracteriza a história do Brasil somente em tempos recentes permitiu emergir uma construção literária e jurisprudencial mais sedimentada quanto à liberdade de expressão. Embora tenha marcado presença na primeira das constituições brasileiras, e desde então merecido tal guarida normativa, é bem verdade que regimes totalitários tenham inviabilizado a proteção deste direito. Rohrmann credita a escassez da jurisprudência quanto ao tema exatamente a estas vicissitudes políticas:

Um dos motivos da falta de jurisprudência sobre o tema é o fato de o Brasil ter convivido com regimes ditatoriais que sempre restringem a liberdade de expressão, com todas as conseqüências maléficas para o direito. Os direitos constitucionais e, especialmente, os direitos fundamentais são constantemente violados por regimes de exceção. Há dificuldade até mesmo em se estabelecer um pensamento jurídico perene sobre o tema da liberdade de expressão no Brasil (ROHRMANN, 2005, p. 141).

De toda forma, transcorridas quase três décadas de redemocratização, pode-se afirmar que o Brasil conta com um bem estruturado sistema de proteção à liberdade

de expressão. Obviamente, não tem a maturidade necessária para ser comparado aos sistemas americano e europeu, mas nem por isso as restrições indevidas à liberdade de expressão deixam de constituir exceção no Brasil.

No ensejo das mencionadas restrições, há que se ressaltar que assegurar o direito à liberdade de expressão vai além de simplesmente não restringi-la. Na ausência de canais adequados para a livre manifestação de ideias, mesmo que alguém consiga se expressar, dificilmente será ouvido. Trata-se da dupla via do direito à liberdade de expressão, que envolve tanto a liberdade de manifestar o pensamento quanto a de receber a manifestação de terceiros, como alerta Rohrmann (2005, p. 141). Samantha Ribeiro Meyer-Pflug, quanto à isso, realça o papel do Estado:

É preciso considerar que a não interferência do Estado no campo da liberdade de expressão não é por si só suficiente para garantir a diversidade no debate público. Em muitos casos esse pluralismo só é alcançado com a colaboração do Estado no sentido de propiciar às minorias que exponham as suas idéias, bem como para evitar a manipulação e possíveis distorções (MEYER-PFLUG, 2009, p. 238).

Não obstante a ainda considerável exclusão digital, a Internet tem todas as ferramentas para compensar eventual inércia estatal. Trata-se de terreno fértil para a difusão rápida de opiniões, independentemente da opulência de sua origem.

Obviamente, por se tratar a liberdade de expressão de um direito dos mais amplos, diante de um meio eficaz de seu exercício, e da iminência das mencionada colisões, há que regularem limitações. Nesse sentido o ensinamento de Rohrmann, ao lembrar “de que se trata de um direito constitucional muito amplo e que, em determinadas situações concretas, pode envolver questões de direitos de terceiros que seriam lesados se a liberdade de expressão não fosse limitada” (ROHRMANN, 2005, p. 141). Garantir a proteção da empresa contra danos decorrentes de ofensas infundadas contra sua reputação perpassa também a regulação do exercício da liberdade de expressão, como se pretenderá demonstrar.

Assim, após breve panorama da tutela da liberdade de expressão no ordenamento jurídico brasileiro, há que se verificar – conforme anteriormente proposto – como o Direito pode também assegurar a proteção da empresa contra os mencionados danos.

Há os que estendem os direitos da personalidade à pessoa jurídica – na presente hipótese, à empresa – aliás, de maneira condizente com a prescrição do Código Civil. Partindo de tal pressuposto, é factível vislumbrar-se ofensa à honra, ainda que objetiva, da empresa. Assim sendo, vendo-se injustamente atacada, ela poderia buscar a tutela jurisdicional no sentido de reparar o dano moral infligido. Trata-se, não coincidentemente, do comando da Súmula nº 227 do Superior Tribunal de Justiça.

No entanto, parte-se aqui de pressuposto diverso, como definido no capítulo oportuno, que não estende às pessoas jurídicas os chamados direito da personalidade. Obviamente, os indivíduos não deixam de cultivar uma imagem de determinada empresa, ou seja, ela de fato detém um nome e uma reputação a zelar. Inobstante, o fato de ter uma imagem não implica, no entanto, que o dano à ela configure um dano moral. Conforme defendido, de tal dano decorrerá um impacto patrimonial, seja ele aquilatável ou não. Pode implicar efetivo prejuízo financeiro, caso caracterize perda de receita, ou circunscrever-se à desvalorização da marca.

Assim sendo, é forçoso concluir que o dano causado à reputação de uma empresa deve ser reparado como dano patrimonial. Dessa conclusão decorre naturalmente a noção de sua tutela; a responsabilidade civil por dano patrimonial. Da prática do ato ilícito decorre a responsabilidade do agente.

Ao passo que o ordenamento jurídico assegura a liberdade de expressão, também prescreve que ela seja exercida com responsabilidade. A proteção constitucional da livre expressão encontra adequada interpretação no Código Civil, que nos artigos 186 e 187 fundamenta a responsabilidade de se indenizar o dano eventualmente causado:

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes (BRASIL, 2002).

Começa a se delinear, como antevisto, que proteger a empresa contra danos à sua imagem e reputação há de perpassar a limitação da liberdade de expressão. A palavra chave, portanto, é a responsabilidade. Oportuna a lição de Guillaume Lécuyer:

A responsabilidade jurídica constitui uma ingerência no exercício da liberdade de expressão, na medida em que o fato de expressar ou não expressar uma intenção conforme é definido pelo ordenamento imporá ao autor uma resposta e lhe sujeitará a uma sanção. O termo responsabilidade designa, assim, um mecanismo jurídico que intervém posteriormente ao cometimento de um ato imputável ao seu autor (LÉCUYER, 2006, p. 17)³⁷.

O campo da liberdade de expressão é delimitado pela existência de interesses protegidos pelas regras de responsabilidade. O efeito limitativo do exercício da liberdade de expressão decorre notadamente das hipóteses de responsabilidade que se espera poderem mediar eventual conflito entre a intenção de quem se expressa e um interesse lesado, seja coletivo ou individual. No entanto, o ordenamento jurídico constitui um cipoal de prescrições não raro sobrepostas, dando azo às mencionadas colisões cuja resolução é indispensável na circunscrição de quem se expressa.

Se a responsabilidade emerge da prática de um ato ilícito, não há que se falar em responsabilidade se o ato não pode ser imputado a determinado indivíduo, ou seja, em ultima instância não há responsabilidade sem imputação.

Exatamente por isso o comando constitucional, ao assegurar o direito à livre manifestação do pensamento, veda o anonimato. Vedá-lo, no que diz respeito à liberdade de expressão, equivale a atribuir responsabilidade; poder imputar à quem se expressou a responsabilidade pelos danos que eventualmente tiver causado.

No entanto, há quem espera contar com o anonimato na Internet. De fato, muito embora se avance no sentido de associar atos praticados *online* com os indivíduos que os praticaram, atribuir responsabilidade nessa esfera ainda é uma tarefa árdua.

³⁷ Tradução livre, pelo autor, do original em francês: “La responsabilité juridique constitue une ingérence dans l’exercice de la liberté d’expression dans la mesure où le fait d’exprimer ou de ne pas exprimer un propos comme il est défini dans la règle obligera son auteur à en répondre et l’exposera à une sanction. Le terme de responsabilité désigne ainsi un mécanisme juridique qui intervient en aval de la commission d’un acte imputable à son auteur”.

Ainda mais difícil seria conciliar liberdade de expressão e possibilidade de reparação de danos, caso não se possa identificar quem eventualmente se exceder ao se expressar. Tal constatação nos devolve à discussão central quanto à regulamentação da rede, que divide as correntes teóricas do Direito Virtual.

4.8 Tutela do ambiente virtual

A disciplina das relações que se dão no ambiente da Internet não detém qualquer exclusividade dentre as que contemporaneamente atraem a atenção do Direito. Sendo ele uma ciência social aplicada, tem que lidar com os desafios de uma sociedade em constante modificação.

Para toda relação social que experimenta profundas mudanças, costuma corresponder certa inquietação acadêmica acerca do tema, que muitas vezes pode motivar novas interpretações jurisprudenciais e até modificações legislativas. Afinal, se uma inter-relação deve ser disciplinada pelo Direito, a modificação dela há de surtir efeitos na regulamentação que lhe é dedicada.

Assim, ao mesmo tempo em que as condutas dos indivíduos devem se enquadrar ao que é prescrito pela legislação, também a legislação há de experimentar modificações de acordo com a evolução do comportamento dos indivíduos e o surgimento de novas circunstâncias fáticas a merecer regulação. Em outras palavras, por ser em última instância uma expressão da sociedade, o Direito acaba tendo de se renovar constantemente para acomodar mudanças em seus desígnios. A família, por exemplo, que vem experimentando uma série de mudanças que dão ensejo inclusive a novos significados de seus conceitos-chave, foi alvo recente de uma série de novas interpretações por parte dos Tribunais e até mesmo de inovações legislativas.

De forma semelhante, tanto as novas tecnologias quanto suas consequências nas relações entre as pessoas demandam a regulação do Direito. O advento do automóvel, exemplo utilizado por Ethan Katsh (1995, p. 7), está associado a modificações na responsabilidade civil e no direito ambiental.

Mais atualmente, vêm atraindo o interesse da doutrina temas relacionados com a tecnologia da informação e da comunicação, biotecnologias (sejam aplicadas a humanos ou plantas e animais), nanotecnologias e neurotecnologias.

Tratar da tutela destas inovações tecnológicas é algo tormentoso até no campo da investigação científica. Exatamente por constituir um campo da pesquisa jurídica relativamente novo – embora longe de ser inexplorado – oferece divergências até com relação à por onde adentrá-lo. Quanto a isso, Bert-Jaap Koops destacou dez dimensões do que ele denomina “pesquisa da regulação de tecnologia” (GOODWIN, 2010, p. 309), as quais não coincidentemente se dividem em três áreas específicas: tecnologia, regulação e pesquisa.

No que diz respeito à tecnologia, há que se atentar aos diferentes tipos de tecnologia (por exemplo, se elas se desenvolvem ou não nas ciências biológicas); até que ponto uma tecnologia é inovadora; o local em que se encontra a tecnologia (inclusive se no ambiente virtual); e quão amadurecida está uma determinada tecnologia em relação ao ciclo temporal de desenvolvimento (a dimensão do tempo). No que concerne à regulação, há que se atentar à variedade de tipos regulatórios, assim como o panorama normativo da comunidade em que a atividade reguladora será exercida e o conhecimento que se tem com relação às características da tecnologia. Finalmente, no âmbito da pesquisa, as dimensões críticas dizem respeito à disciplina específica na qual se conduz a pesquisa, a natureza de nossas perguntas (ou seja, o problema tal qual o especificamos), e a forma na qual a pesquisa poderá ser enquadrada por uma determinada estrutura de investigação.

Delineadas as dificuldades do estudo, antes de se dedicar à eventual tarefa de regulamentação há que se questionar qual a relevância, para o Direito, do desenvolvimento e da aplicação destas tecnologias modernas. Razão consideravelmente óbvia é que algumas delas podem ser consideradas perigosas ao ponto que apresentam riscos aos humanos e seu ambiente natural (principalmente no que diz respeito às biotecnologias e seu impacto no corpo humano e no meio ambiente). Obviamente, quando se tratam de preocupações de tal magnitude, cabe ao Direito regular os riscos relevantes, implementando

proibições, acordos de licenciamento ou medidas compensatórias que sejam consideradas adequadas.

De fato, a moderna biotecnologia é a que mais notadamente suscitou questionamentos éticos e culturais, e na rejeição quase universal da clonagem humana é que se tem a expressão proeminente desta noção de que há limites para a inovação tecnológica aceitável. Consubstanciando esta específica preocupação está o artigo 11 da Declaração Universal sobre o Genoma Humano e os Direitos Humanos, adotada pela Conferência Geral na UNESCO no ano de 1997:

Artigo 11

Práticas contrárias à dignidade humana, tais como a clonagem reprodutiva de seres humanos, não devem ser permitidas. Os Estados e as organizações internacionais competentes são convidados a cooperar na identificação de tais práticas e a tomar, no âmbito nacional e internacional, as medidas necessárias para assegurar que os princípios estabelecidos nesta Declaração sejam respeitados (UNESCO, 1998, p. 44)³⁸.

Preocupações com saúde, segurança e o meio ambiente, no entanto, não são as únicas razões pelas quais as tecnologias emergentes clamam por intervenção regulatória. Há, por exemplo, inquietações persistentes com relação à privacidade dos indivíduos e à confidencialidade e proteção de dados sensíveis.

A atual profusão de críticas com relação à indiscrição das redes sociais e do mapeamento de vias urbanas através de fotografias disponibilizadas na Internet são exemplos típicos de uma preocupação aguda com a privacidade.

Muitos outros questionamentos relevantes, embora denotando circunstâncias crônicas como as agruras de uma sociedade em constante vigilância tecnológica, se voltam a uma silenciosa e constante erosão da privacidade dos indivíduos.

Para Ethan Katsh, a relevância das novas tecnologias para o Direito decorre da própria associação entre ele e a informação:

³⁸ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: "Practices which are contrary to human dignity, such as reproductive cloning of human beings, shall not be permitted. States and competent international organizations are invited to co-operate in identifying such practices and in taking, at national or international level, the measures necessary to ensure that the principles set out in this Declaration are respected".

Estas novas tecnologias da informação são particularmente relevantes para o Direito porque o Direito é orientado em torno da informação e da comunicação. Seja qual for a definição que se dê ao Direito – quer seja considerado uma profissão, ou um método de solução de controvérsias, ou um processo de concretização da justiça, ou uma fachada para proteger o status quo, ou uma forma de assegurar direitos e regular comportamentos – ele está sempre afeto à informação (KATSH, 1995, p. 6-7)³⁹.

Brownsword e Goodwin (2012) vão ainda além na identificação desta relevância, defendendo que não só as novas tecnologias necessitam de um arcabouço normativo para regulá-las, como podem elas próprias operar como ferramentas reguladoras:

Não é que simplesmente necessitamos de estruturas legais para regular estas tecnologias; é que estas tecnologias podem elas mesmas fazer parte da estrutura regulatória. Em outras palavras, estas tecnologias podem operar como ferramentas reguladoras. Em alguns momentos seu papel pode ser o de dar suporte às formas tradicionais de regulação, à maneira, por exemplo, que a identificação por DNA, o uso de vigilância por circuito interno de televisão e possivelmente a neuroimagem podem dar suporte ao direito penal; mas, com uma maior sofisticação tecnológica, é concebível que estas tecnologias possam atuar na linha de frente dos instrumentos regulatórios (BROWNSWORD; GOODWIN, 2012, p. 5)⁴⁰.

De forma geral, há que se perguntar se as novas ferramentas propiciadas pela Internet de fato põem em xeque todo um arcabouço normativo que foi montado em um contexto fático diferente. Muitas das modificações implementadas pela popularização de tecnologias como a Internet de fato podem dar azo a críticas quanto à eficácia da regulamentação jurídica de determinadas relações sociais.

Especificamente no que concerne às tecnologias relacionadas à informação, retomando seu exemplo Ethan Katsh prossegue identificando particularidades que ampliam seu relevo, para o Direito, em contraposição a outras tecnologias:

³⁹ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “These new information technologies are particularly relevant to law because law is oriented around information and communication. Whatever definition one gives to the law – whether it is considered a profession, or a method of resolving disputes, or a process to bring about justice, or a facade to protect the status quo, or a means to secure rights and regulate behavior – it is always concerned with information”.

⁴⁰ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “It is not simply that we need legal frameworks to regulate these technologies, it is that these technologies themselves might play a part in the regulatory framework. In other words, these technologies might themselves operate as regulatory tools. Sometimes their role might be supportive of traditional legal forms of regulation, in the way, for example, that DNA profiling, the use of CCTV surveillance and possibly brain imaging, might be supportive of the criminal law; but, with greater technological sophistication, it is conceivable that these technologies might function as front-line regulatory instruments”.

No entanto, a tecnologia da informação é diferente e oferece ao Direito um tipo de desafio sem igual. Ela se difere porque, como mencionado, o direito opera por meio da informação; e porque muito do direito é informação. Destarte, o automóvel não afeta todo o direito uma vez que o direito não é composto de automóveis. Mas o direito é, na quase totalidade de suas partes, dependente da comunicação e da informação. Conseqüentemente, uma alteração na maneira pela qual a informação é utilizada traz consigo o potencial para modificações muito mais amplas no direito do que qualquer outro tipo de mudança tecnológica (KATSH, 1995, p. 7)⁴¹.

Em lógica relacionada com o advento de uma nova relação entre consumidor e empresa, conforme identificada neste trabalho, um artigo de Bert-Jaap Koops aborda o que chama de “inequality-compensating rights” (algo como direitos compensadores de desigualdade) e a necessidade de revisitá-los. O autor explica que em relações desiguais de poder, o Direito busca controlar a exagerada força de uma parte atribuindo tais compensações à parte mais fraca:

Os direitos penal, do consumidor e do trabalho se desenvolveram para regular desequilíbrios estruturais por meio da proteção da parte frágil contra o abuso de poder da parte forte. A proteção toma a forma de compensação de desigualdade, que impõe deveres às partes fortes e concede direitos às partes fracas. Exemplos incluem direitos relacionados ao fornecimento de informações, deveres de notificação, mecanismos de supervisão e acesso à Justiça. O sistema legal vê os cidadãos, empregados e consumidores como partes intrinsecamente desvantajadas que requerem a compensação de desigualdades estruturais (KOOPS, 2010, p. 978)⁴².

De fato, a tutela do consumidor no direito brasileiro é um exemplo nítido desta prática. No entanto, as modernas tecnologias podem influenciar na distribuição deste poder.

Conforme descrito anteriormente, as redes sociais tiveram o condão de transferir ao consumidor, em algum volume, parte de um poder antes concentrado apenas nas

⁴¹ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “Yet, information technology is different and presents the law with a very different kind of challenge. It is different because, as noted, the law runs on information and because much of law is information. Thus, all of law is not affected by the automobile because law is not composed of automobiles. But law is, in almost all of its parts, dependent on communication and information. A change in how information is used, therefore, brings with it the potential for far broader change in law than does any other kind of technological shift”.

⁴² Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “Criminal, consumer, and labor law have developed to regulate structural imbalances by protecting the weak party against abuse of power by the strong party. The protection takes the form of inequality compensation which imposes duties on strong parties and grants rights to weak parties. Examples include rights related to information provision, notification duties, supervision mechanisms, and access to justice. The legal system views citizens, employees, and consumers as intrinsically disadvantaged parties that require structural inequality compensation”.

mãos do fornecedor. Tais mudanças na balança de poder, decorrentes de novas tecnologias, inevitavelmente têm consequências na proteção legal do consumidor. Nesse sentido prossegue Bert-Jaap Koops, especificamente quanto ao papel da tecnologia:

Em uma sociedade tão complexa como a atual sociedade da informação e da rede, pode não mais ser válido supor que partes tradicionalmente dominantes continuam mais poderosas que outras partes. Até certo grau graças à influência de novas tecnologias, notadamente a tecnologia da informação e comunicação mas também tecnologias de vigilância, relações desiguais aparentemente se alteram. Isso ocorre de maneira sutil e frequentemente contraditória. Partes antes consideradas frágeis pela própria natureza da relação de poder podem emergir como a parte mais forte em certas circunstâncias. Alternativamente, podem se encontrar ainda mais fracas do que já eram. A tecnologia tem um papel significativo nestas mudanças (KOOPS, 2010, p. 978)⁴³.

Percebe-se, assim, que lidar não só com as novas tecnologias propriamente ditas, mas principalmente com os resultados de sua utilização nas relações entre as pessoas é tarefa imprescindível à qual deve se dedicar o Direito.

Dada a complexidade do tema, naturalmente a academia diverge profundamente quanto ao futuro do Direito na Internet. As diferentes manifestações teóricas, no entanto, podem ser encampadas por quatro principais correntes: a libertária; a do direito internacional; a da “escola da arquitetura da rede”; e a tradicionalista.

Não obstante extenso estudo em que se dedica aos pormenores de cada corrente⁴⁴, em artigo à ele contemporâneo Carlos Alberto Rohrmann resume e afasta, em apenas um parágrafo, as três primeiras correntes. Sua densidade é valiosa para o presente trabalho:

Primeiro, temos a escola libertária que entende ser a rede impossível de regulamentação por parte do nosso direito tradicional. Temos que se trata de uma escola superada em face do grande número de leis e casos decididos referentes à rede. Segundo, identificamos a escola do direito internacional que entende ser o

⁴³ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “In a society as complex as the modern information and network society, it may no longer be valid to assume that traditionally dominant parties remain more powerful than other parties. Partly through the influence of new technologies, most notably information and communication technology (ICT), but also genetic and surveillance technologies, unequal relationships seem to be shifting. This happens in subtle and often contradictory ways. Parties that were once considered weak by the very nature of the power relationship may emerge as the stronger party in certain circumstances. Alternatively, they can find themselves even weaker than they were before. Technology plays a significant role in these shifts”.

⁴⁴ ROHRMANN, Carlos Alberto. **Curso de Direito Virtual**. Belo Horizonte: Del Rey, 2005, p. 13-40.

tratado a melhor fonte de regulamentação para a Internet em escala mundial. Não nos filiamos a esta corrente, dada a dificuldade e a lentidão da negociação de tratados internacionais, nada condizente com a velocidade da evolução da rede. A terceira corrente entende que o código dos programas de computador é a chave para a construção de uma arquitetura de rede efetivamente regulamentável pelo direito. Mais uma vez, não concordamos visto que vez que entendemos que a dogmática jurídica prescinde de qualquer preocupação com a arquitetura de um ambiente de telecomunicações para efetivamente regulamentá-lo. Um bom exemplo é o caso da reprodução humana. Biologicamente só se pode ter filhos após a fertilização de um óvulo. O direito, fazendo uso do instituto milenar da adoção, cria um dogma jurídico ao fazer de terceiro um filho tal como o filho biológico (ROHRMANN, 2005b, p. 1-2).

Naturalmente, o autor se filia à quarta corrente, dita tradicionalista, que também constitui referencial teórico deste trabalho. Em contraposição às demais vertentes, pretende-se vislumbrar no tradicional direito interno de cada Estado a fonte precípua do direito da rede.

Naturalmente, regulamentar a utilização de algo em constante mutação não é das tarefas a mais fácil. Stuart Biegel o deixa claro ao confrontar as diferentes abordagens teóricas:

No entanto, estas posições divergentes são constantemente desgastadas por acontecimentos inéditos e realidades mutáveis. Aqueles que sustentam posicionamentos libertários podem se confrontar com um novo problema que os leve a defender algum tipo de solução regulatória; e os que reclamam mais leis restritivas podem se encontrar na surpreendente posição de reagir a uma nova controvérsia argumentando contra qualquer intervenção (BIEGEL, 2001, p. 354)⁴⁵.

A maleabilidade e evolução intrínsecas às novas tecnologias da informação estão longe de ser consideradas empecilhos à adoção do direito interno para regulá-las, bem como os desdobramentos fáticos de sua utilização. Não obstante as conhecidas agruras de que padece o processo legislativo – especialmente no Brasil – o direito interno ainda é o que pode responder com mais eficiência às demandas de regulamentação nascidas com a Internet.

Percebe-se nitidamente a procedência do referencial escolhido quando se circunscreve a abordagem ao objeto proposto. Chegou-se à discussão da tutela do

⁴⁵ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “Yet these opposing positions are constantly being eroded by emerging events and changing realities. Those who maintain libertarian positions may be confronted by a new problem that leads them to argue for some sort of regulatory solution. And those who have been lobbying for additional, restrictive laws may find themselves in the surprising position of responding to a new issue by arguing that things should simply be left alone”.

ambiente virtual para conciliar a colisão que põe de um lado a liberdade de expressão por parte do consumidor e de outro a vedação do dano contra a empresa. Neste contexto, a justificativa do marco perpassa resposta afirmativa ao questionamento sobre a suficiência do ordenamento interno para fazer conviver estes direitos.

Em parte, tal resposta já foi obtida na oportunidade em que se discutiu a tutela, pelo direito brasileiro, tanto da liberdade de expressão dos indivíduos quanto da integridade da reputação das empresas. No mesmo sentido, abordou-se a função da responsabilidade como limitadora da livre expressão.

Mesmo no estado da arte da tutela da reputação das empresas no direito brasileiro, não se pode encontrar subsídio a afastar a adequação da corrente tradicionalista. De fato, impera hoje no Judiciário brasileiro uma lógica por ele construída, sumulada, e posteriormente encampada pelo Código Civil. A empresa goza de honra objetiva, pode sofrer dano moral e deve ser reparada caso ele ocorra.

As questões envolvendo a prática de atos ilícitos no ambiente virtual, contra a reputação das empresas, não é novidade para os tribunais brasileiros. Ainda que cingida à noção descrita, a jurisprudência brasileira vem acolhendo a reparação destes danos. Permita-se utilizar decisão do Tribunal de Justiça de Pernambuco à guisa de exemplo de como o direito interno pode operar nestas circunstâncias. Longe de ser paradigmática, é escolhida por ser relativamente recente (julgamento em 11/10/2011) e, principalmente, pelas circunstâncias fáticas que reúne. Envolve ao mesmo tempo a veiculação, por meio da Internet, de matérias ofensivas à reputação de empresa; a reparação dos danos advindos desta prática; e o confronto entre a necessidade de preservação da integridade da imagem da empresa e a liberdade de expressão e informação. O acórdão restou assim ementado:

RESPONSABILIDADE CIVIL – DANO MORAL – PESSOA JURÍDICA – DENUNCIÇÃO CALUNIOSA – INTERNET – IMPROCEDÊNCIA DO PEDIDO. REFORMA DA SENTENÇA. VEICULAÇÃO DE MATÉRIA OFENSIVA À HONRA E IMAGEM DA AUTORA CARACTERIZADA. DANO MORAL CONFIGURADO. DEVER DE INDENIZAR. FIXAÇÃO DO “QUANTUM” INDENIZATÓRIO. INVERSÃO DO ÔNUS SUCUMBENCIAL. – RECURSO PROVIDO POR UNANIMIDADE (PERNAMBUCO, 2011, p. 1)

Diante das circunstâncias fáticas do caso em tela, os desembargadores reformaram a sentença, acompanhando à unanimidade os termos do voto do relator, entendendo que a proteção ao nome, à honra e à imagem da recorrente deveria prevalecer diante da liberdade de expressão de pensamento “por ter a recorrida, no exercício de tal direito, exposto o nome da recorrente ao desprezo público, prática vedada por lei” (PERNAMBUCO, 2011, p. 4). Assim considerado, teve-se por existente o dano moral, cuja indenização foi arbitrada em R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

Ao Tribunal de Justiça de Minas Gerais, em algumas oportunidades, também já coube solucionar controvérsias envolvendo falsas denúncias contra empresas, constantes de sites. Nestas ocasiões, ainda que se atendo à concepção que estende o dano moral às pessoas jurídicas, houve decisões entendendo ter ocorrido o dano e outras considerando tratar-se de exercício legítimo de direito de expressão:

ACÇÃO COMINATÓRIA DE NÃO FAZER - INDENIZAÇÃO - MANUTENÇÃO DE SITE NA INTERNET - FALSAS DENÚNCIAS - DANO MORAL - PESSOA JURÍDICA - OFENSA À HONRA OBJETIVA - DEVER DE INDENIZAR. - A pessoa jurídica pode, sem qualquer dúvida, sofrer ofensa ao seu bom nome, fama, prestígio e reputação comercial ou social, não se lhe podendo afastar a garantia do art. 5º, incisos V e X, da CF. - A pessoa jurídica faz jus à indenização por danos morais se ficar comprovado que o seu bom nome, reputação ou imagem foram atingidos no meio comercial ou social por ato ilícito praticado pelos requeridos (MINAS GERAIS, 2007).

APELAÇÃO CÍVEL- RESPONSABILIDADE CIVIL- ACÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS- OFENSA AO NOME E CREDIBILIDADE DE PESSOA JURÍDICA- VEICULAÇÃO DE CONDUTA CALUNIOSA VIA INTERNET- APROPRIAÇÃO INDÉBITA- ATO ILÍCITO- ABUSO DO DIREITO- INOCORRÊNCIA- INDENIZAÇÃO INDEVIDA

- Não há falar em dever de indenizar se não houve veiculação de suposta conduta caluniosa praticada por pessoa jurídica, via internet , por e-mail com abuso do direito, mas sim, com intenção de apurar veracidade de fatos, em estrito cumprimento de dever legal, não havendo conduta ilícita se a veiculação acomodou-se nos limites do razoável e da boa-fé objetiva.

- Não há que se falar em indenização por danos morais, se a parte não comprova a conduta ilícita da parte contrária, nos termos do artigo 333, I, do CPC (MINAS GERAIS, 2008).

Corroborando o viés tradicionalista, mesmo sem se perscrutar as especificidades fáticas da lide e restando-se distante do mérito da decisão, não podem ser afastados os exemplos de como o próprio direito interno foi utilizado para dirimir controvérsias oriundas de atos praticados em ambiente exclusivamente virtual – e contra a reputação de pessoa jurídica.

4.8.1 Reparação de danos e territorialidade

A adoção da corrente tradicionalista, no entanto, não afasta alguns desafios impostos pelas circunstâncias fácticas. Um deles é questão da territorialidade. A desconstrução de fronteiras físicas, característica da Internet, é central no argumento libertário que vislumbra um mundo separado para o virtual; alheio à territorialidade essencial ao direito. De fato, implementar-se regulamentação em um contexto em que as jurisdições são facilmente identificáveis pelas fronteiras físicas é mais simples do que lidar com um fenómeno que ignora limites geográficos.

Um indivíduo holandês pode publicar uma notícia falsa em um site hospedado nos Estados Unidos, acessível de qualquer lugar do mundo, que cause dano à reputação de uma empresa sediada na França. Em resumo, qualquer indivíduo pode, por meio da Internet, praticar atos vedados inclusive em seu país de origem, que surtam efeitos em outras localidades. Basta se analisarem as circunstâncias para perceber que os desafios existem e são consideráveis.

Não obstante, Carlos Alberto Rohrmann se vale de exemplo para defender que a função dogmática do direito é capaz de contornar situações decorrentes da questão da territorialidade. Trata-se de caso decidido há mais de uma década, o que inclusive demonstra que há muito o direito interno é utilizado, a contento, para dirimir controvérsias afetas ao ambiente virtual:

“A Yahoo! Inc., em seu web site norte-americano de leilões virtuais, disponibilizou um ornamento nazista fisicamente localizado nos Estados Unidos, para ser levado a leilão. O referido leilão recebeu lances de cidadãos franceses, onde o comércio de objetos que incitam o racismo é ilegal. As cortes francesas aceitaram uma ação contra a Yahoo! Inc. A primeira decisão da justiça francesa foi pela aplicação de multa à Yahoo! Inc., tendo-lhe sido ordenado que não recebesse lances de franceses em leilões de objetos proibidos pelas leis francesas, como os daquele tipo” (ROHRMANN, 2005, p. 38).

Em caso mais recente, que envolve questões como as que ora se tratam, uma dançarina brasileira reclamou danos materiais e morais contra uma empresa espanhola, sem filial no Brasil, pela utilização indevida de sua imagem em seu site na Internet (também hospedado na Espanha). Tornando ainda mais complexa a questão, a dançarina havia celebrado com tal empresa um contrato temporário, para

apresentações apenas no exterior, em que constava cláusula elegendo foro espanhol para solução de qualquer controvérsia oriunda do contrato – e era ele próprio quem vedava a utilização posterior da imagem da contratada, sem prévia autorização.

A lide chegou ao Superior Tribunal de Justiça, e a própria ementa da decisão já expõe as dificuldades inerentes às questões relacionadas ao uso indevido da Internet – cujo trecho se permite citação:

1. A evolução dos sistemas relacionados à informática proporciona a internacionalização das relações humanas, relativiza as distâncias geográficas e enseja múltiplas e instantâneas interações entre indivíduos.
2. Entretanto, a intangibilidade e mobilidade das informações armazenadas e transmitidas na rede mundial de computadores, a fugacidade e instantaneidade com que as conexões são estabelecidas e encerradas, a possibilidade de não exposição física do usuário, o alcance global da rede, constituem-se em algumas peculiaridades inerentes a esta nova tecnologia, abrindo ensejo à prática de possíveis condutas indevidas.
3. O caso em julgamento traz à baila a controvertida situação do impacto da internet sobre o direito e as relações jurídico-sociais, em um ambiente até o momento desprovido de regulamentação estatal. A origem da internet, além de seu posterior desenvolvimento, ocorre em um ambiente com características de auto-regulação, pois os padrões e as regras do sistema não emanam, necessariamente, de órgãos estatais, mas de entidades e usuários que assumem o desafio de expandir a rede globalmente (BRASIL, 2010).

Não obstante a complexidade da controvérsia, lhe foi dado fim sem recurso a qualquer outra fonte senão a legislação brasileira. Decidiram os ministros, com base no artigo 88 do Código de Processo Civil, que se tratava de jurisdição concorrente (cumulativa), tornando competente a justiça brasileira – sem prejuízo da espanhola – apenas em razão da viabilidade e da efetividade da prestação jurisdicional, corroboradas pelo princípio da inafastabilidade da jurisdição.

Retomando entendimento reiterado e citando precedentes, decidiram ser permitido “que a ação indenizatória por danos morais e materiais seja promovida no foro do local onde ocorreu o ato ou fato, ainda que a ré seja pessoa jurídica, com sede em outro lugar, pois é na localidade em que reside e trabalha a pessoa prejudicada que o evento negativo terá maior repercussão” (BRASIL, 2010). No mesmo sentido, entenderam que a cláusula de eleição de foro em contrato de prestação de serviços no exterior não afasta a jurisdição brasileira.

Quando ao fato de o ato ilícito causador do dano ter sido praticado por meio da Internet, independentemente da previsão de foro no contrato celebrado entre as partes, entendeu o Superior Tribunal de Justiça que a autoridade judiciária brasileira é competente para dirimir o conflito, pois se trata do domicílio a autora e do local onde houve acesso ao site onde as fotos foram publicadas, devendo ser interpretado como ato praticado no Brasil.

Resta mais uma vez demonstrado que é perfeitamente possível a aplicação de normas do direito interno, tradicional, para regulamentar atos praticados no ambiente virtual.

De toda forma, uma abordagem pragmática não pode ignorar o fato de que, mesmo sendo possível, a reparação de danos contra a reputação de empresas pode em termos práticos ser inviabilizada por questões territoriais. Factível argumentar-se que, mesmo antes de se acrescentar esse elemento, outros fatores podem fazer com que a tutela jurisdicional não seja o meio ideal de se resguardarem certos direitos da empresa, notadamente os relacionados à integridade de sua marca e reputação.

4.8.2 Inviabilidade da tutela jurisdicional

As dificuldades inerentes a um procedimento judicial têm efeito duplo na questão que se discute. Por um lado, elas muitas vezes impedem que o consumidor recorra ao Judiciário para resolver uma controvérsia não solucionada pelo fornecedor do produto ou serviço. Muito embora mecanismos para facilitar o acesso à jurisdição venham sendo efetivados na esteira da criação dos Juizados Especiais, muitas vezes na relação de consumo os valores envolvidos não justificam, por parte do consumidor, o desgaste de um procedimento judicial. Susan Block-Lieb explica que “quando o comércio eletrônico envolve pequenos valores financeiros ou contratantes em jurisdições distantes ou estrangeiras, à violação contratual raramente se segue

uma lide, uma vez que a litigância pode ser demorada, cara ou imprevisível” (BLOCK-LIEB, 2002)⁴⁶.

Com isso, muitos recorrem às redes sociais para dar vazão a reclamações, críticas e ataques às empresas. Não obstante grande parte das queixas serem legítimas, alguns deblateram sem ao menos recorrer a outros canais de interação direta com a empresa; ou agem de maneira excessiva, com o nítido intuito de macular a reputação do fornecedor.

O outro efeito mencionado se manifesta exatamente após tal dano ter sido causado. Características intrínsecas ao procedimento judicial muitas vezes desencorajam as empresas à ele recorrer buscando salvaguardar sua reputação. Além de caro, demorado e imprevisível, tal procedimento tem por regra a publicidade, o que pode fazer com que ele se volte contra o próprio autor.

Leslie Gaines-Ross cita o exemplo da imobiliária americana Horizon Group Management (GAINES-ROSS, 2010, p. 43). A locadora de um de seus imóveis publicou uma mensagem no Twitter, dirigida aos seus amigos, com o seguinte conteúdo: “Vocês deveriam vir de qualquer forma. Quem disse que dormir em um apartamento com mofo faz mal à você? A imobiliária Horizon acha que não”⁴⁷. A empresa, então, exigiu judicialmente uma indenização de pelo menos U\$ 50.000,00 (cinquenta mil dólares) por alegados danos contra sua reputação. No entanto, a decisão da controvérsia, submetida ao tribunal do condado de Cook, no estado de Illinois, não considerou o comentário como sendo difamatório para efeitos legais (ESTADOS UNIDOS, 2010). Com a ação judicial, que rapidamente ocupou espaço em toda a mídia e “chegou ao topo de agregadores de notícias como o Google News, Digg e Techmeme” (GAINES-ROSS, 2010, p. 43), tudo o que a empresa conseguiu foram despesas de vulto e uma repercussão ainda maior do caso.

⁴⁶ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “Where e-commerce involves small dollar amounts or transaction partners in distant or foreign jurisdictions, breach is unlikely to be followed by litigation since litigation may be too time-consuming, expensive, or unpredictable”.

⁴⁷ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “You should just come anyway. Who said sleeping in a moldy apartment was bad for you? Horizon realty thinks it's ok”.

Há exemplos semelhantes também no Brasil. No início do ano de 2011, após enfrentar uma série de problemas com um automóvel que adquiriu da Renault, a advogada catarinense Daniely de Andrade Argenton publicou vídeos na Internet, criou perfis em uma série de redes sociais e até um site em que relatava suas decepções com o veículo e com a empresa (www.meucarrofalha.com.br), que se mostrava incapaz de resolver o problema.

A repercussão foi considerável, e em menos de um mês o site teve mais de 700.000 acessos e os perfis acumulavam milhares de seguidores. A Renault recorreu então ao Judiciário catarinense, reclamando a indenização de danos morais e chegou a obter, na 1ª Vara Cível da Comarca de Concórdia, liminar determinando a retirada do site e de todas as contas em redes sociais que a consumidora havia criado para protestar contra a montadora, além de fixar multa diária em caso de descumprimento (MARTINS, 2011). Após o procedimento, o caso chegou à grande mídia e a repercussão só fez crescer.

Com isso, a empresa voltou atrás, celebrou acordo judicial, se desculpou publicamente e por meio de comunicado à imprensa informou que “apesar de ter o direito de solicitar a retirada do site de Daniely do ar, o pedido não contemplou ‘o significado amplo desta atitude, assim como não respeitou os valores de nossa marca’” (AGUIARI, 2011). Além de ressarcir o valor do automóvel e todas as despesas em que incorreu a consumidora, pelo acordo a Renault se obrigou a doar um carro para a AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente).

Mesmo se mantendo alheio ao mérito das controvérsias, nota-se que nem sempre a tutela jurisdicional é suficiente para atingir o objetivo maior de resguardar a reputação das empresas. Na eventualidade de um indivíduo mal intencionado se valer das redes sociais para veicular informação falsa com o objetivo de causar dano a determinada empresa, o recurso ao Judiciário pode ser uma opção que aumentará os prejuízos causados.

Relembrando o popular adágio, se o remédio se mostra insuficiente, o dano deve ser prevenido. A atuação do Direito deve buscar impedir o dano mais do que propiciar meios de repará-lo. Como o dano advém do ato ilícito, sua prevenção equivale a

suprimir a prática de atos ilícitos. Naturalmente, o ato ilícito é praticado pelo indivíduo ao menos na expectativa de impunidade – como regra, não se pratica ato ilícito querendo ser punido. O Estado então se cerca de ferramentas legais e operacionais com vistas a assegurar que os atos ilícitos e seus perpetradores sejam identificados. De fato, a garantia de tais meios, bem como a criação de mecanismos de coerção correspondentes, já pode por si só desestimular a prática destes atos. Em um exemplo banal, é óbvio que um motorista, ainda que pretendesse fazê-lo, não estacionará seu automóvel em um local proibido se lá encontrar um fiscal de trânsito. Trata-se da combinação da previsão legal da multa, fiscalização ostensiva e certeza da identificação do infrator. O motorista não precisou ser punido para se ver desestimulado a praticar o ato.

Há também que se afastar o apego a uma visão que confunde a aplicação coercitiva da norma jurídica com o próprio Direito. De fato, o monopólio estatal do uso da força é valioso instrumento na solução de controvérsias, impondo a norma ao caso concreto. Mas a atuação jurisdicional é excepcional. Nas palavras de Rohrmann, “dizer que o direito só existe quando há sua aplicação efetiva pelo Estado é negar a busca do bem comum e da justiça pelo consenso obtido na sociedade por meio do direito” (ROHRMANN, 2005, p. 36). Realçando a força da dogmática, ele explica:

O direito tem sua força não só na certeza de aplicação da norma com base no Estado, como também na tradição e na repetição, o que poderia ser entendido como uma das fontes da função dogmática do direito. A repetição é evidente quando as decisões de tribunais, por exemplo, mesmo em sistemas jurídicos filiados ao Direito Civil, fazem referências a julgados anteriores sobre a mesma matéria. Essa repetição também demonstra a importância da tradição para o direito (ROHRMANN, 2005, p. 36).

A partir do momento em que um indivíduo utiliza a Internet ciente de que os atos ilícitos que através dela praticar podem ser atribuídos à ele; e que o ordenamento vigente poderá alcançar estes atos, consequência lógica é que ele ao menos será desestimulado a praticá-los, e toda um paradigma de comportamento *online* vai se construindo. Partindo-se de um posicionamento teórico que vislumbra no direito interno a principal fonte para a regulação do ambiente virtual, decorre disto que a repressão aos danos praticados através da Internet perpassa se impedir o anonimato e garantir, como vem sendo paulatinamente feito pela jurisprudência, que

a interpretação das normas existentes possa alcançar também os atos praticados na rede, dando soluções adequadas a questões novas.

4.8.3 Anonimato: o velho oeste

Não raro, as discussões quanto à regulação da rede esbarram em acusações de censura e limitação inadequada da liberdade de se expressar e de se informar. De fato, assegurar a liberdade de expressão também na Internet não se coaduna com a censura de seu conteúdo.

Por razões semelhantes é que a própria Constituição, ao salvaguardar a liberdade de expressão, veda o anonimato. Havendo responsabilidade na expressão, se afasta a necessidade de censura. No caso da Internet, a imputação de responsabilidade por condutas praticadas por meio dela há de envolver a identificação dos indivíduos.

Apoiados nessa circunstância, os que advogam a impossibilidade da regulamentação da rede pelo direito tradicional associam a Internet a uma terra sem lei; em que os usuários se valem do anonimato para praticarem toda sorte de atos ilícitos, restando assim fora do alcance do direito.

Com isso, ainda pode se considerar vigente um estereótipo que vê a Internet como um ambiente completamente desregrado; em que tudo se faz e nada se condena. Um mundo em que todos circulam livremente, anônimos e impunes. Trata-se de um resquício do alvorecer destas tecnologias, que encontrou abrigo inclusive na doutrina especializada. Stuart Biegel descreve e prontamente afasta tal visão:

Desde o início, quando surgiu a nova Internet, um aspecto significativo de sua mística era a noção comumente aceita de que ninguém estava no comando. De fato, na cultura popular da década passada, todo o mundo *online* era frequentemente visto como um conglomerado um tanto misterioso de comunidades virtuais unidas com frouxidão. A metáfora do velho oeste é tipicamente vista como a mais apropriada sob esse aspecto, com o espaço cibernético descrito como uma fronteira sem lei em que a anarquia e a autotutela estão vivas e bem. No entanto, esta imagem romântica pode ter se elevado a pouco mais do que um mito, uma vez que uma análise detida da Internet ao longo

dos últimos dez anos revela um mundo em mudança que está, ao menos em parte, sob um nível significativo de controle (BIEGEL, 2001, p. 3-4)⁴⁸.

De fato, segundo consigna Rohrmann também se referindo à comparação da Internet ao velho oeste, “tal analogia já foi objeto de críticas por parte de outros doutrinadores norte-americanos que a consideraram de pouco conteúdo jurídico” (ROHRMANN, 2005, p. 20).

Entretanto, ainda que fora do âmbito jurídico, tal comparação sobrevive junto com a noção do desregramento da Internet. Se não nos melhores círculos acadêmicos, resta vívida na sociedade, em grande parte da mídia e até na jurisprudência uma visão persistente da Internet como um ambiente anárquico. Em livro cujo próprio título já adota a criticada metáfora⁴⁹, Michael Fertik e David Thompson incluem capítulo em enfática defesa da comparação (FERTIK; THOMPSON, 2010, cap. 3). Seu conteúdo compartilha uma visão da Internet como um lugar, e enxerga várias semelhanças entre ele e Oeste americano de outrora:

A Internet é uma nova fronteira. De várias maneiras, as práticas da Internet atual refletem as do velho oeste americano. [...] A semelhança entre o velho oeste original e a Internet de hoje é espantosa. Ambos começaram como postos avançados nas extremidades da civilização, notabilizados pela ilegalidade: jogatina, prostituição e pequenos golpes dominavam tanto o oeste americano como os primórdios da Internet. Ambos eram conhecidos por abrigarem sociedades escancaradas que toleravam comportamentos anteriormente condenados pela sociedade “civilizada”. Ambos propiciaram a criação (e perda) de fortunas espetaculares, e ambos estimularam o desenvolvimento de muitas novas tecnologias admiráveis (FERTIK; THOMPSON, 2010, p. 30-31)⁵⁰.

⁴⁸ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “From the beginning, as the new Internet emerged, a significant aspect of its mystique was the commonly accepted notion that no one is in charge. Indeed, in the popular culture of the past decade, the entire online world has often been viewed as a loosely coupled and somewhat mysterious conglomeration of virtual communities. The Wild West metaphor is typically seen as most appropriate in this regard, with cyber space depicted as a law-less frontier where anarchy and vigilantism are alive and well. Yet, even in the beginning, this romantic image may have amounted to little more than a myth. For a close examination of the Internet over the past ten year reveals a changing world that is, at least in part, under a significant degree of control”.

⁴⁹ FERTIK, Michael; THOMPSON, David. **Wild West 2.0**: how to protect and restore your online reputation on the untamed social frontier. New York: Amacon, 2010.

⁵⁰ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “The Internet is a new frontier. In many ways, the experience of the Internet today echoes the experience of the American Old West. [...] The similarity between the original Wild West and the Internet of today is striking. Both started as outposts at the edges of civilization that were known for their lawlessness: gambling, prostitution, and petty scams dominated both the American West and the early Internet. Both were known for having wide-open societies that tolerated behaviour previously condemned by “civilized” society. Both enabled the creation (and loss) of spectacular fortune, and both prompted development of many wondrous new technologies”.

Factível perscrutar-se o porquê da utilização deste paralelo, comprovadamente inadequado, ainda ser usual. Dan Hunter acredita que isso se dá graças à função cognitiva das metáforas espaciais. Para ele, muito além de floreios retóricos, as metáforas espaciais são formas sofisticadas de estruturação do raciocínio abstrato. Por um longo período, a metáfora teria sido a órfã da filosofia política e jurídica, principalmente dada a força do positivismo lógico no século XX (HUNTER, 2003, p. 463). Desta forma, o autor desenvolve teorias acerca das metáforas para explicar sua importância para o pensamento jurídico.

Carlos Alberto Rohrmann estabelece um contraponto entre o conteúdo negativo da comparação da Internet com o velho oeste e as situações positivas analisadas pelas teorias libertárias – a possibilidade dos próprios indivíduos estabelecerem as regras que ditarão seu comportamento. Para ele, há “uma correlação com o ideal de liberdade da corrida para o Oeste norte-americano” (ROHRMANN, 2005, p. 20). De fato, para os céticos quanto à regulação do ambiente virtual tal metáfora é bem-vinda, exatamente por retratar sua visão de autonomia.

Jane Tompkins também vislumbra na figura do velho oeste uma busca por liberdade; por um ambiente a ser livremente desbravado livre das amarras de um ente exógeno:

Este Oeste funciona como símbolo de liberdade, e a oportunidade da conquista. Ele parece oferecer uma fuga das condições de vida na sociedade moderna industrial: de uma existência mecanizada, impasses econômicos, obstáculos sociais, relações pessoais infelizes, injustiça política. O desejo de mudar de local também sinaliza uma profunda necessidade de autotransformação. A luz do deserto e o espaço vazio, o ranger do couro de sela e o sol castigante, a força e energia dos cavalos – esses elementos prometem a transformação de si em algo mais puro e autêntico, mais intenso e real (TOMPKINS, 1992, p. 4)⁵¹.

De qualquer forma, as circunstâncias fáticas atuais são outras. Como observou Stuart Biegel, já citado, a Internet já evoluiu muito e pode ser caracterizada como um

⁵¹ Tradução livre, pelo autor, do original em inglês: “This West functions as a symbol of freedom, and the opportunity for conquest. It seems to offer escape from the conditions of life in modern industrial society: from a mechanized existence, economic dead ends, social entanglements, unhappy personal relations, political injustice. The desire to change places also signals a powerful need for self-transformation. The desert light and the desert space, the creak of saddle leather and the sun beating down, the horses' energy and force – these things promise a translation of the self into something purer and more authentic, more intense, more real”.

ambiente em que impera significativo nível de controle. Também no que diz respeito ao Brasil, acontecimentos recentes corroboram esta constatação.

Ocuparam significativo espaço na mídia os casos envolvendo a atriz Carolina Dieckmann, que em maio de 2012 teve fotos nuas ilegalmente divulgadas por meio da Internet; e o do radialista e humorista Rodrigo Vieira Emerenciano, mais conhecido como Mução, preso em junho de 2012 sob a acusação de disponibilizar arquivos contendo imagens de sexo envolvendo crianças e adolescentes.

Em ambos os casos, no entanto, as investigações levaram a polícia até os suspeitos. A Delegacia de Repressão a Crimes de Informática da Polícia Civil do Rio de Janeiro identificou os quatro envolvidos na divulgação de fotos da atriz, seus computadores foram apreendidos por determinação judicial e eles foram posteriormente indiciados pelos crimes de furto, extorsão e difamação (BRITO, 2012). Da mesma forma, no caso do radialista, as investigações da operação da Polícia Federal chegaram ao seu irmão, que se entregou assumindo a responsabilidade pelos arquivos e foi indiciado com base no Estatuto da Criança e do Adolescente (LINS, 2012).

Inobstante tais avanços, mantém-se aceso o debate. O advento de novas tecnologias digitais, como a Internet e suas redes sociais, impacta diretamente a vida social e tem suas consequências – conforme analisado – na atividade empresarial.

Tal circunstância oferece desafio constante ao direito. Se há um esforço no sentido de estender às condutas praticadas no ambiente virtual previsões já existentes no ordenamento jurídico, de outro lado há uma pressão pela regulamentação mais rígida e objetiva deste espaço. A tradição legiferante, naturalmente, não deixa de influenciar também o direito virtual e contaminar a opinião pública. Ademais, as questões civis que ora se tratam são envoltas por práticas afetas à responsabilidade penal, em que o princípio da legalidade acaba demandando em maior grau a atividade legislativa. Em resumo, a tutela do ambiente virtual não alcançou determinado patamar que conforta o direito. Como harmonizá-lo com novas realidades sociais é tarefa que ainda se empreende.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Abstém-se, como é nítido, de se chamar de conclusão o arremate deste trabalho. Para além disso, o final à que se refere o título escolhido é unicamente o final do trabalho, nunca o da discussão. Ensinam os dicionários que conclusão é acabamento, finalização, término – ideias intuitivamente associadas a algo que não mais perdura. À toda evidência, não pode ser o caso dos debates trazidos. Não apenas pela limitada envergadura do autor, que não lhe permite empreender estudo que possa findar qualquer debate jurídico, mas também pela própria natureza dos objetos à que se dedicou. O criação de novas tecnologias é muito mais veloz do que a capacidade de o direito adaptar-se à elas, regulando sua utilização. Contrastam-se tais atividades em sua essência; embatem-se ciências completamente diversas e a dialética intrínseca ao direito lhe impede de acompanhar o ritmo.

Por isso mesmo, com o ineditismo da abordagem que se empreendeu, a pretensão foi apenas contribuir na mitigação da inquietude que impera quanto à disciplina destas novas realidades – aliás, como alertado na própria introdução. De toda forma, algumas considerações se podem extrair à guisa de síntese, que juntas constituem o ponto de vista a que se chegou por meio da pesquisa, do raciocínio e da discussão. Se não respostas, foram suscitadas muitas dúvidas – o que se faz prosseguir no estudo.

Na primeira parte, revisitar os teóricos que explicam a natureza da pessoa jurídica de fato elucidou o progresso de sua concepção pelo direito. Fruto da vontade humana, à pessoa jurídica estende esta mesma vontade, pela personalidade, a capacidade de ser titular de direitos e obrigações, antes atributo exclusivo do ser humano. Dessa forma, permitiu-se concluir não se tratarem de ficções, mas de realidades jurídicas criadas em razão de interesses maiores que os de cada um de seus componentes. Constituem, também por isso, pessoas dotadas de interesses próprios – não raro até colidentes com a de parte de seus integrantes – que detém patrimônio, direitos e obrigação próprios.

No entanto, a pessoa jurídica – consequentemente a empresa – não pode exercer a titularidade de todos os direitos dos quais goza o ser humano. Obviamente, a

empresa não tem liberdade religiosa nem pode contrair matrimônio, direitos intrínsecos à condição humana. Ocorre que, em certas categorias de direitos, a impossibilidade de sua extensão às pessoas jurídicas não ostenta tal obviedade. Dentro desta zona cinzenta, destacam-se exatamente os direitos da personalidade. A discussão de sua compatibilidade com a pessoa jurídica não poderia, de fato, prescindir da compreensão da personalidade que se estendeu aos entes coletivos.

Tal compatibilidade, percebeu-se nitidamente com o estudo empreendido na segunda parte deste trabalho, é alvo de prolífica discussão por parte da doutrina. O embate entre os que aceitam ou rejeitam o reconhecimento de direitos da personalidade à pessoa jurídica demonstra que o consenso quanto à titularidade de direitos, cuja existência contemporaneamente se verifica, não se estendeu à noção de quais direitos a pessoa jurídica é titular.

A posição ora adotada no que diz respeito à extensão dos direitos da personalidade à pessoa jurídica teve de ser adiantada nas conclusões do próprio capítulo, uma vez que comportava inclusive reparos terminológicos. Perscrutada a obra tanto de positivistas quanto de negativistas, não foi outra a conclusão senão a da inaplicabilidade, a estas pessoas, de uma estrutura de proteção que não lhe foi dedicada, cuja adaptação teria consequências axiológicas consideráveis e, nem assim, forneceria a segurança que o patrimônio incorpóreo dos entes coletivos merece.

A própria análise das teorias da pessoa jurídica, empreendida na primeira parte do trabalho, pode demonstrar que a extensão dos direitos da personalidade não é compatível com o estado da arte da natureza jurídica dos entes coletivos. Em outros contextos, de “humanização” da pessoa jurídica e sua equiparação a organismos vivos, talvez tal extensão pudesse se operar sem maiores transtornos; mas não se tratam das teorias adotadas contemporaneamente pelo direito brasileiro.

No entanto, há que se ter em mente que legislação e jurisprudência são indiferentes à este profícuo debate, bem como até parte da doutrina. Trata-se de contradição? Sim, principalmente partindo-se de cortes que associam o dano moral ao sofrimento psíquico, à dor e à humilhação – experiências humanas inatingíveis aos entes de

existência ideal. De toda forma, há que se bem compreender esta realidade, principalmente em suas limitações teóricas.

Adotar posição que impeça se aplicar também às pessoas jurídicas a proteção dos direitos da personalidade só dificulta a empreitada de quem pretender conciliar, no ambiente virtual, direitos colidentes como a liberdade de expressão e a integridade da marca, por exemplo. Sem a tutela dos direitos da personalidade, outros instrumentos não de resguardar a atividade empresarial na contemporaneidade dominada pela tecnologias digitais.

Muito progresso, se tentou demonstrar, já foi alcançado. Embora o ímpeto codificante do legislador brasileiro deva ser visto com cautela, de fato não se dispensam ações pontuais, que podem até incluir inovações legislativas, para reforçar estes mecanismos de controle. Um exemplo é a recente alteração da Lei nº 9.613/98, que dispõe sobre os crimes de "lavagem" ou ocultação de bens, direitos e valores. Foi-lhe acrescentado um novo artigo, que faculta à autoridade policial e ao Ministério Público o acesso a dados cadastrais dos alvos de investigação, independentemente de autorização judicial, incluindo os mantidos por provedores de Internet.

Com isso, cria-se uma nova ferramenta de identificação e localização de indivíduos, que pode incluir o fornecimento, por provedores de internet, dos números do IP. De fato, a utilização de informações sensíveis como dados de navegação, arquivos enviados e recebidos e sites acessados pode ser disciplinada através do estabelecimento de quem pode ter acesso a tais dados, de que forma e com que intuito. Há muita discussão, por exemplo, sobre a utilização para fins publicitários de uma série de informações acerca dos hábitos do internauta (páginas acessadas, arquivos copiados, produtos comprados), principalmente por meio dos chamados *cookies*⁵².

⁵² Tratam-se, em termos gerais e leigos, de dados trocados entre o navegador (programa que possibilita o acesso à rede) e os servidores das páginas acessadas na Internet, que são gravados, à revelia do usuário, em um arquivo criado no computador. Esses dados podem ser acessados por outros sites posteriormente visitados, que com isso, conhecem as preferências do usuário.

Da mesma forma, o papel dos provedores de Internet pode ser mais bem delineado. Existe um debate fecundo, por exemplo, voltado à extensão dos institutos da responsabilidade para estes novos meios de comunicação. Embora estranha ao objeto deste trabalho, deve se ressaltar que a discussão acerca do estatuto jurídico dos provedores não pode ser ignorada por nenhuma pretensão regulatória.

Fato é que sempre haverão indivíduos mal intencionados que farão de tudo para dificultar sua identificação e buscarão se manter livres para a prática de toda sorte de atos ilícitos através da Internet. Tal circunstância só demonstra que, ao contrário do que alguns defendem, o “mundo virtual” não é tão separado, diferente e independente deste mundo que há milênios o antecede. Em resumo, da mesma forma que no mundo real crimes são cometidos e algumas vezes seus autores nunca são punidos, há que se entender que isso também ocorrerá com relação aos que forem cometidos por meio destas tecnologias. Não se trata de compactuar com a prática de danos, mas de partir de um pressuposto realista pelo qual o direito não será capaz de impedir por completo que os indivíduos pratiquem atos por ele proibidos.

O compartilhamento de tais constatações pode afastar panaceias que, longe de resolver todos os males, poderão dar azo a muitas injustiças. Dentro da discussão da regulação da rede, um tópico recorrente que se relaciona de forma direta com a questão do anonimato é a identificação dos usuários da Internet. Por meio de tecnologias de identificação eletrônica, os indivíduos teriam acesso à rede mediante sua identificação – estando conseqüentemente associados aos atos que dentro dela praticarem. “Navegar”, então, só se permitiria com a devida habilitação.

Trata-se de assunto controverso. A identificação dos usuários foi um dos pontos mais polêmicos do PLC (Projeto de Lei da Câmara) nº 89 de 2003, e chegou a motivar sua retirada de pauta. Um aspecto essencial da identificação, que tem enorme relevância prática, é o risco da utilização indevida destas identidades – especialmente na comunicação eletrônica.

A profusão de usuários mal intencionados e altamente capacitados em termos técnicos pode fazer presumir que o desvio de identidades e os danos dele

decorrentes serão significativos. O estabelecimento de protocolos de segurança, no sentido de impedir a apropriação indevida de identificação, é tarefa de implantação difícil e iminente obsolescência. Fato é que o Estado não possui as ferramentas necessárias para assegurar a criação e manutenção de sistemas suficientemente seguros, o que obstaculiza a imperiosa proteção das identidades no ambiente virtual. A utilização destas identidades, para piorar o quadro, poderia criar uma imputação quase “matemática” de responsabilidade: uma vez que determinado ato está associado à uma pessoa através de sua identidade eletrônica, inevitavelmente surgiria uma presunção legal de autoria que impingiria ao acusado a difícil tarefa de se esquivar da responsabilidade. Dessa forma, quem detivesse o conhecimento técnico para utilizar a identificação alheia – que são exatamente as pessoas com cuja atividade o direito mais deve se preocupar – teria ainda mais liberdade para praticar atos ilícitos sem ser identificado. Protegido pela utilização da identidade de outro indivíduo, um hacker poderia acessar qualquer site, falsificar de dados e cometer fraudes – incriminando um inocente. Ademais, há que se atentar ao fato de que a adoção de esquemas de identificação pode também facilitar o acesso a toda sorte de informações altamente sigilosas dos usuários, como seus dados financeiros.

De fato, pode-se argumentar que a utilização de dados como os endereços IP não possibilita a identificação do indivíduo, mas apenas o ponto de acesso. Trata-se, naturalmente, de apenas mais um instrumento de investigação. Não obstante sua importância, ele se unirá a outros indícios e informações na tentativa de se identificar a origem de eventuais danos.

A partir do momento que estes mecanismos são utilizados com eficiência; as normas existentes são interpretadas no sentido de abarcar as condutas praticadas por meio destas novas tecnologias; e com a devida publicidade da persecução uma tradição é criada no sentido da responsabilização dos atos ilícitos, a tendência é que cada vez mais a Internet se livre da pecha de desregulada que há muito lhe impõem.

Desta forma, não se sustenta uma visão que subestima o direito interno e lucubra fontes exógenas para regular a utilização da Internet. Subsistem, em verdade, controvérsias quanto ao emprego do ordenamento jurídico na disciplina de relações

sociais inéditas e, de fato, desconcertantes. Tal debate é esperado e faz parte de um processo de evolução que não é novo para a ciência jurídica – constantemente chamada a se reinventar pela dinâmica avassaladora de seu objeto último de estudo: a conduta humana (com o devido respeito à teoria kelseniana). Da mesma forma que para todo o direito, a hermenêutica é um exercício fundamental no direito virtual, aplicando as normas existentes às novas realidades.

É ingênua, assim, a noção de que o direito pode sozinho criar um ambiente regulatório propício ao desenvolvimento e aplicação das novas tecnologias. A capacidade que o direito tem de disciplinar comportamentos é sabidamente limitada. Não se mostra adequado, assim, confiar somente à ele – em detrimento de rearranjos culturais – a tarefa de tornar o ambiente virtual o lugar seguro, pacífico e harmonioso que a utopia tanto almeja. A Internet é mais uma ferramenta da atuação humana; torná-la completamente segura implica tornar-se o homem completamente inofensivo.

REFERÊNCIAS

AGUIARI, Vinícius. Renault e Meu Carro Falha fazem acordo. **Info Online**, São Paulo, 23 mar. 2011. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/renault-e-meu-carro-falha-fazem-acordo-23032011-7.shl>>. Acesso em: 6 out. 2012.

ALSOP, Ronald J. **The 18 immutable laws of corporate reputation**: creating, protecting, and repairing your most valuable asset. New York: Free Press, 2004.

ALVES, Alexandre Ferreira de Assumpção. **A pessoa jurídica e os direitos da personalidade**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

ANDERSON, Chris. **The long tail**: why the future of business is selling less or more. New York: Hyperion, 2006.

ANDREWS, Lori B. **I know who you are and I saw what you did**: social networks and the death of privacy. New York: Free Press, 2011.

APOSTOLIS, Dismas Reinal (ed). **E-réputation**: réputation, world wide web, personnalité juridique, personne morale, second life. Mauritius: Dic Press, 2012.

ARAUJO, Juliana Cristina Busnardo Augusto de. **Tutela dos direitos da personalidade da pessoa jurídica na atividade empresarial**. Curitiba: Juruá, 2011.

ARGELLO, Gim. **Projeto de Lei do Senado nº 228, de 2010**. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), para incluir entre as incumbências dos estabelecimentos de ensino a promoção de ambiente escolar seguro e a adoção de estratégias de prevenção e combate ao bullying. Disponível em: <<http://migre.me/bdnjm>>. Acesso em: 6 out. 2012.

BEAL, Andy; STRAUSS, Judy. **Radically Transparent**: monitoring and managing reputations online. Indianapolis: Sybex, 2008.

BELO HORIZONTE (MG). **Lei nº 10.213, 29 jun. 2011**. Cria o Programa BH Trote Solidário e Cidadão e de Prevenção e Combate ao Bullying e proíbe a prática de trote violento. Disponível em: <<http://migre.me/bdnbZ>>. Acesso em: 6 out. 2012.

BIEGEL, Stuart. **Beyond our control?** Confronting the Limits of Our Legal System in the Age of Cyberspace. Cambridge: The MIT Press, 2001.

BINICHESKI, Paulo Roberto. **Responsabilidade civil dos provedores de internet**: direito comparado e perspectivas de regulamentação no direito brasileiro. Curitiba: Juruá, 2011.

BITTAR, Carlos Alberto. **Teoria e Prática da Concorrência Desleal**. São Paulo: Forense Universitária, 2005.

BLOCK-LIEB, Susan. e-Reputation: Building Trust in Electronic Commerce. **Louisiana Law Review**, Baton Rouge, vol. 62, issue 4, julho de 2002. Disponível em: <<http://heinonline.org/HOL/LandingPage?collection=journals&handle=hein.journals/louilr62&div=49&id=&page=>>>. Acesso em: 6 out. 2012.

BÖHLAU, Hugo. **Rechtssubject Und Personenrolle**: Festschrift. Charleston: Nabu Press, 2012 (reprodução do original de 1871).

BRASIL. CONSELHO DA JUSTIÇA FEDERAL. Enunciado nº 286 da IV Jornada de Direito Civil. Disponível em: <<http://daleth.cjf.jus.br/revista/enunciados/IVJornada.pdf>>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**, 5 out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRASIL. **Lei nº 10.406, 10 jan. 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União. Brasília, 11 dez. 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRASIL. **Lei nº 12.683, 9 jul. 2012**. Altera a Lei nº 9.613, de 3 de março de 1998, para tornar mais eficiente a persecução penal dos crimes de lavagem de dinheiro. Diário Oficial da União. Brasília, 10 jul. 2012. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12683.htm>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRASIL. **Lei nº 5.869, 11 jan. 1973**. Institui o Código de Processo Civil. Diário Oficial da União. Brasília, 17 jan. 1973. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5869.htm>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRASIL. **Lei nº 8.078, 11 set. 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 12 set. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRASIL. **Lei nº 9.613, 3 mar. 1998**. Dispõe sobre os crimes de "lavagem" ou ocultação de bens, direitos e valores; a prevenção da utilização do sistema financeiro para os ilícitos previstos nesta Lei; cria o Conselho de Controle de Atividades Financeiras - COAF, e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 4 mar. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9613.htm>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.168.547-RJ**. Rel. Min. Luis Felipe Salomão, 2010. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/revistaeletronica/ita.asp?registro=200702529083&dt_publicacao=07/02/2011>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula nº 227**. DJ 20 out.1999. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/docs_internet/VerbetesSTJ_asc.txt>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRINZ, Alois. **Lehrbuch der Pandekten**. Erlangen: Andreas Deichert, 1888. Disponível em: <<http://dlib-pr.mpier.mpg.de/m/kleioc/0010/exec/books/%22110092%22>>. Acesso em: 6 out. 2012.

BRITO, Diana. Polícia afirma ter identificado vazadores de fotos de Dieckmann. **Folha de São Paulo**, São Paulo, Cotidiano, 14 maio 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidiano/42816-policia-afirma-ter-identificado-vazadores-de-fotos-de-dieckmann.shtml>>. Acesso em: 6 out. 2012.

BROWNSWORD, Roger; GOODWIN, Morag. **Law and the Technologies of the Twenty-First Century**: text and materials. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

BUSH, Michael. **Trust in government suffers a severe breakdown around the globe** (nota à imprensa). New York: Edelman Inc., 2012. Disponível em: <<http://trust.edelman.com/trust-download/press-release/>>. Acesso em: 6 out. 2012.

CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho de. **Direito de informação e liberdade de expressão**. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de responsabilidade civil**. São Paulo: Atlas, 2007.

COLLINGS, Deirdre; ROHOZINSKI, Rafal. **Bullets and Blogs**: new media and the warfighter. Carlisle: U.S. Army War College, 2009. Disponível em: <[http://www.carlisle.army.mil/DIME/documents/Bullets__Blogs_new_Media__warfighter-Web\(20%20Oct%2009\).pdf](http://www.carlisle.army.mil/DIME/documents/Bullets__Blogs_new_Media__warfighter-Web(20%20Oct%2009).pdf)>. Acesso em: 6 out. 2012.

CUPIS, Adriano de. **Os direitos da personalidade**. Campinas: Romana Jurídica, 2004.

DINIZ, Maria Helena. **Código civil anotado**: (Lei nº 10.406, de 10.01.2002). São Paulo: Saraiva, 2002.

DONEDA, Danilo. **Os direitos da personalidade no novo código civil**. In: TEPEDINO, Gustavo (coord.). A parte geral do novo Código Civil: estudos na perspectiva civil-constitucional. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

EDELMAN INC. **Trust Barometer Global Results**. New York: Edelman, 2012. Disponível em: <<http://trust.edelman.com/trust-download/global-results>>. Acesso em: 6 out. 2012.

EDELMAN, David C. Branding na era digital. **Harvard Business Review Brasil**, São Paulo, p. 34-39, dezembro de 2010.

ESPINAS, Alfred. **Des sociétés animales**. Paris: Germer Baillière, 1878. Disponível em: <<http://archive.org/details/dessocitsanimal00espigoog>>. Acesso em: 6 out. 2012.

ESTADOS UNIDOS. Circuit Court of Cook County, Illinois. **No. 2009 L 8675**. Disponível em: <<http://www.balough.com/uploadedFiles/Dismissal%20Order.pdf>>. Acesso em: 6 out. 2012.

FERREIRA FILHO, Manuel Gonçalves. **Comentários à Constituição Brasileira de 1988**. v. 1. São Paulo: Saraiva, 1997.

FERRIGOLO, Noemi Mendes Siqueira. **Liberdade de expressão - direito na sociedade da informação**: mídia, globalização e regulação. São Paulo: Pilares, 2005.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil**: parte geral. São Paulo: Saraiva, 2006.

GAINES-ROSS, Leslie. A batalha da reputação. **Harvard Business Review Brasil**, São Paulo, p. 40-47, dezembro de 2010.

GIERKE, Otto. **Das deutsche Genossenschaftsrecht**. Berlin, Weidmannsche Buchhandlung, 1868. Disponível em: <<http://archive.org/details/dasdeutschegeno02giergoog>>. Acesso em: 6 out. 2012.

GIERKE, Otto. **Die Genossenschaftstheorie und die deutsche Rechtsprechung**. Berlin, Weidmannsche Buchhandlung, 1887. Disponível em: <<http://dlib-pr.mpier.mpg.de/m/kleioc/0010/exec/books/%22139687%22>>. Acesso em: 6 out. 2012.

GIERKE, Otto. Die Grundbegriffe des Staatsrechts und die neuesten Staatsrechtstheorien. **Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft**, Tuebingen, bd. 30, H. 2. Mohr Siebeck: 1874, p. 265-335. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/40737046>>. Acesso em: 6 out. 2012.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2012. 7 vol.

GOODWIN, Morag; KOOPS, Bert-Jaap; LEENES, Ronald (ed.). **Dimensions of Technology Regulation**: conference proceedings of TILTING Perspectives on Regulating Technologies. Nijmegen: WLP, 2010.

GRENOBLE, Ryan. Amanda Todd: Bullied Canadian Teen Commits Suicide After Prolonged Battle Online And In School. **The Huffington Post**, New York, 11 out. 2012. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/2012/10/11/amanda-todd-suicide-bullying_n_1959909.html>. Acesso em 13 out. 2012.

GRESSAYE, Jean Brethe de la. **Introduction générale à l'étude du droit**. Paris: Librairie du Recueil Sirey, 1947.

GUNTHER, Luiz Eduardo (Coord.). **Tutela dos direitos da personalidade na atividade empresarial**. Curitiba: Juruá, 2009.

GUTIÉRREZ, David Ortega. **Derecho a la información versus Derecho al honor**. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 1999.

HINDMAN, Matthew Scott. **The myth of digital democracy**. Princeton: Princeton University Press, 2009.

HUNTER, Dan. Cyberspace as Place and the Tragedy of the Digital Anticommons. **California Law Review**, Berkeley, vol. 91, nº 2, março de 2003. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/3481336>>. Acesso em: 6 out. 2012.

IHERING, Rudolf von. **O espírito do direito romano**. Rio de Janeiro: Alba, 1943. 2 vol.

IVESTER, Matt. **Lo!... omg!**: what every student needs to know about online reputation management, digital citizenship and cyberbullying. Reno: Serra Knight, 2011.

KAPLAN, Andreas; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite: the challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, Bloomington, vol. 53, p. 59-68, janeiro-fevereiro 2010.

KATSH, M. Ethan. **Law in a digital world**. New York: Oxford University Press, 1995.

KIETZMANN, Jan et al. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. **Business Horizons**, Bloomington, vol. 54, p. 241-251, maio-junho 2011.

KOOPS, Bert-Jaap et al (ed.) **Starting Points for ICT Regulation: Deconstructing Prevalent Policy One-liners**. The Hague: T.M.C. Asser Press, 2006.

KOOPS, Bert-Jaap. Law, Technology, and Shifting Power Relations. **Berkeley Technology Law Journal**, v. 25, n. 2, p. 973-1035, 2010. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1479819>>. Acesso em: 6 out. 2012.

KOWALSKI, Robin; LIMBER, Susan; AGATSON, Patricia. **Cyberbullying: bullying in the digital age**. Chichester: Blackwell, 2012.

LARENZ, Karl. **Metodologia da Ciência do Direito**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.

LATHAM, Robert (ed.) **Bombs and Bandwidth: The Emerging Relationship Between IT and Security**. New York: New Press, 2003.

LÉCUYER, Guillaume. **Liberté d'expression et responsabilité: étude de droit privé**. Paris: Dalloz, 2006.

LEENES, Ronald; KOOPS, Bert-Jaap; HERT, Paul (ed.) **Constitutional Rights and New Technologies: A Comparative Study**. The Hague: T.M.C. Asser Press, 2008.

LINS, Letícia. Mução é libertado após irmão assumir culpa por pedofilia. **Agência O Globo**, Rio de Janeiro, 30 jun. 2012. Disponível em:

<<http://br.noticias.yahoo.com/mu%C3%A7%C3%A3o-%C3%A9-libertado-irm%C3%A3o-assumir-culpa-pedofilia-172917442.html>>. Acesso em: 6 out. 2012.

MARTINS, Rodrigo. Censura. De fato. **Carta Capital**, São Paulo, ed. 638, 22 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/censura-de-fato/>>. Acesso em: 6 out. 2012.

MELLOR, Samuel T. **Regulating Online Conduct: Conundrums and Spatial Metaphors in the Wild West**. 2011. 53 f. Monografia (Conclusão de curso) – University of Otago, Law School, New Zealand.

MERRIAM JUNIOR, Charles Edward. **History of the theory of sovereignty since Rousseau**. New York: Columbia University Press, 1900. Disponível em: <<http://archive.org/details/historytheoryso01merrgoog>>. Acesso em: 6 out. 2012.

MEYER-PFLUG, Samantha Ribeiro. **Liberdade de expressão e discurso do ódio**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

MILLS, Juline E.; LAW, Rob (ed). **Handbook of consumer behaviour, tourism, and the Internet**. New York: Routledge, 2004.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça. **Apelação Cível 1.0024.06.244761-0/001**. Rel. Des. Luciano Pinto, 2008. Disponível em: <http://www4.tjmg.jus.br/juridico/sf/proc_resultado2.jsp?listaProcessos=10024062447610001>. Acesso em: 6 out. 2012.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça. **Apelação Cível 1.0710.03.005288-4/001**. Rel. Des. Alvimar de Ávila, 2007. Disponível em: <http://www4.tjmg.jus.br/juridico/sf/proc_resultado2.jsp?listaProcessos=10710030052884001>. Acesso em: 6 out. 2012.

MORAES, Maria Celina Bodin de. **Danos à pessoa humana: uma leitura civil-constitucional dos danos morais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2009.

MORI, Celso Cintra. **Pessoa jurídica: ficção e realidade**. In: KUYVEN Luiz Fernando Martins. Temas essenciais de direito empresarial: estudos em homenagem a Modesto Carvalhosa. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 89-116.

PERLINGIERI, Pietro. **Perfis do direito civil: introdução ao direito civil constitucional**. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

PERNAMBUCO. Tribunal de Justiça. **Apelação Cível nº 0228582-9**. Rel. Des. Eduardo Augusto Paurá Peres, 2011. Disponível em: <<http://www.tjpe.jus.br/jurisprudencia/doc.asp?codproc=278347>>. Acesso em: 6 out. 2012.

PIAUHYLINO, Luiz. **Projeto de Lei da Câmara nº 89, de 2003**. Altera o Decreto-Lei nº 2848, de 07 de dezembro de 1940 - Código Penal e a Lei nº 9296, de 24 de julho de 1996, e dá outras providências. (Dispõe sobre os crimes cometidos na área de informática, e suas penalidades, dispondo que o acesso de terceiros, não autorizados pelos respectivos interessados, a informações privadas mantidas em redes de computadores, dependerá de prévia autorização judicial). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=63967>. Acesso em: 6 out. 2012.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito Digital**. São Paulo: Saraiva, 2010.

PIRES, Gudesteu de Sá. **Natureza das pessoas jurídicas**: esboço de um estudo. In: SOUZA, Sylvio Capanema de. *Revista Forense Comemorativa 100 Anos: Direito Civil*, Tomo III. Rio de Janeiro: Forense Jurídica, 2007.

PLANIOL, Marcel. **Traité élémentaire de droit civil conforme au programme officiel des Facultés de droit**. Paris: F. Pichon, 1904. Disponível em: <<http://archive.org/details/traitlment01plan>>. Acesso em: 6 out. 2012.

POLI, Leonardo Macedo. **Ato ilícito**. In: FIUZA, César (Coord.). *Curso avançado de direito civil*. São Paulo: IOB Thomson, 2004.

PORTUGAL. **Código Civil português**. Coimbra: Almedina, 1999.

ROHOZINSKI, Rafal. *Bullets to Bytes: Reflections on ICT and Local Conflict*. In:

ROHRMANN, Carlos Alberto. Breves considerações sobre o que realmente o direito autoral protege. **Revista Virtual da Faculdade de Direito Milton Campos**, Belo Horizonte, vol. 3, 2005b. Disponível em: <<http://www.revistadir.mcampos.br/PRODUCAOCIENTIFICA/volume3ano2005.html>>. Acesso em: 6 out. 2012.

ROHRMANN, Carlos Alberto. **Curso de Direito Virtual**. Belo Horizonte: Del Rey, 2005.

SAVIGNY, Friedrich Carl von. **Sistema del derecho romano actual**. Madrid: Gongora [s.d.]. 6 vol.

SCHREIBER, Anderson. **Direitos da Personalidade**. São Paulo: Atlas, 2011.

SILVA, Wilson Melo da. **O dano moral e sua reparação**. Rio de Janeiro: Forense, 1969.

SILVA, Wilson Melo. *Pessoas Jurídicas*. **Revista da Faculdade de Direito da UFMG**, Belo Horizonte, ano XVII, outubro de 1966, p. 65-98.

TAKAHASHI, Tadao (org.) **Sociedade da informação no Brasil**: livro verde. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

TEPEDINO, Gustavo. **A tutela da personalidade no ordenamento civil-constitucional brasileiro**. In: Temas de Direito Civil. 4ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008, p. 25-62.

TOMPKINS, Jane P. **West of Everything: The Inner Life of Westerns**. New York: Oxford University Press, 1992.

UNESCO. **Records of the General Conference: Twenty-ninth Session**, Paris, 21 October to 12 November 1997. v. 1. Paris: UNESCO, 1998. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/0011102/110220e.pdf#page=47>>. Acesso em: 6 out. 2012.

VATICANO. Pontifica Commissione per le Comunicazioni Sociali. **Istruzione Pastorale *Communio et Progresso* sugli strumenti della Comunicazione Sociale pubblicata per disposizione del Concilio Ecumenico Vaticano II**. Roma, 23 de março de 1971. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_it.html>. Acesso em: 6 out. 2012.

WEBER, Larry. **Sticks & Stones: how digital business reputations are created over time and lost in a click**. Hoboken: Wiley, 2009.

WEBSTER, Frank. **Theories of the Information Society**. New York: Routledge, 2006.

WORMS, René. **Organisme et société**. Paris: V. Giard, 1895. Disponível em: <<http://archive.org/details/organismetsoci00wormuoft>>. Acesso em: 6 out. 2012.

ZIMMERMAN, Patrícia. Senado adia votação de projeto que obriga identificação de usuários na internet. **Folha Online**, Brasília, 07 nov. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20934.shtml>>. Acesso em: 6 out. 2012.

ZITELMANN, Ernst. **Begriff und Wesen der sogenannten juristischen Personen**. Leipzig: Duncker & Humblot, 1873. Disponível em: <<http://dlib-pr.mpiet.mpg.de/m/kleioc/0010/exec/wrapbooks/%221519%22>>. Acesso em: 6 out. 2012.