DIREITO À IDENTIDADE VIRTUAL*

RIGHT TO VIRTUAL IDENTITY

Regiane Alonso Angeluci

RESUMO

As novas tecnologias de informação auxiliam na socialização das identidades reais e formam as identidades fictícias, criadas especialmente ao ambiente do ciberespaço. As tecnologias de informação possuem várias funções, estão presentes no trabalho, na escola, nas residências, permitem a comunicação com o mundo através da internet e proporcionam interatividade ilimitada. Todavia, há aqueles que entendem que esse proveito ultrapassa a linha utilitária para projetar os ideais, as fantasias e exteriorizar suas verdadeiras identidades. Um mundo completamente diferenciado ou totalmente semelhante com o que se vive hoje pode ser criado e vivido a partir do computador. A simulação tridimensional é tão perfeita que é capaz de refletir como um espelho a vida real para dentro da tela do computador.

PALAVRAS-CHAVES: AVATAR, IDENTIDADE VIRTUAL, METAVERSO

ABSTRACT

The new information of technologies help to socialize and make real identities of the fictitious identities, created especially to the environment of cyberspace. Information technologies have different functions, are present at work, at school, at home, allowing communication with the world by the Internet and provide unlimited interactivity. However, there are those who believe that cross the line from utilitarian to design the ideal, the costumes and externalize their true identities. A world completely different or completely similar to what is happening today can be created and lived from the computer. The three-dimensional simulation is so perfect that it is able to reflect as a mirror real life into the computer screen.

KEYWORDS: AVATAR, VIRTUAL IDENTITY, METAVERSE.

I – Introdução

A evolução da tecnologia computacional acompanha o desenvolvimento da sociedade da informação, proporcionando novas experiências que ultrapassam a

* Trabalho publicado nos Anais do XVIII Congresso Nacional do CONPEDI, realizado em São Paulo – SP nos dias 04, 05, 06 e 07 de novembro de 2009.

margem estabelecida pelo espaço físico e pelo tempo, entre elas, pode-se citar a criação de "mundos paralelos", conectados à rede de computadores, que seduzem seus usuários ao apresentar mesmo que virtualmente situações da vida real.

O surgimento de ambientes virtuais posicionados no ciberespaço, como: *Orkut, Facebook, Myspace, Second Life, Twitter*, entre outros, acompanha a evolução da sociedade da informação, uma vez que o crescente desenvolvimento dessas novas formas de comunicação ocorre graças ao baixo custo dos computadores pessoais e a simplicidade no manuseio das plataformas, que permitem o acesso entre as diferentes culturas, sem restrições de limites geográficos.

O ciberespaço, contudo, trouxe muito mais do que o comércio eletrônico e uma interatividade ilimitada e sem fronteiras. Proporcionou a exteriorização de algo que ultrapassa a linha divisória entre a máquina e o ser humano, que é a criação de uma nova identidade, denominada identidade virtual, cujas referências serão aqui apresentadas.

II - Metaversos ou Mundos Virtuais

A revolução tecnológica é marcada pela liberdade de informação e de comunicação, princípios basilares de uma democracia. A Internet valorizou tais princípios, possibilitando a transformação da informação em conhecimento, o bem mais precioso dessa nova era, aproximando-os das pessoas.

As novas tecnologias também proporcionaram a denominada *virtualização*. O mundo imaginário criado pela tecnologia computacional, posicionado no espaço virtual, parecia estar longe de se tornar realidade. Contudo, um mundo totalmente diferente do que vivemos, e ao mesmo tempo igual em sua essência, pode atualmente ser criado com a ajuda das novas tecnologias da informação. A digitalização de textos, imagens e som, em conjunto com a interatividade disponibilizada pela Internet, fez o improvável se tornar possível, ou seja, a existência de um mundo virtual[1] posicionado no ciberespaço[2].

Vale observar que o ciberespaço possui características próprias, capazes de armazenar qualquer tipo de informação digitalizada, em que os átomos são desprezíveis e os códigos binários encarregam-se de formar a simulação perfeita para que o ser

humano se sinta imerso nesse novo ambiente, capaz de refletir a vida real de quem o experimenta.

Neste contexto, pode-se dizer que os mundos virtuais, também denominados metaversos são "plataformas sociais que dispõem de todos os graus de liberdades do mundo real construídos em co-participação de seus usuários"[3]. Nesses ambientes, as pessoas são representadas por identidades virtuais ou avatares[4].

Acrescenta-se ainda, que as identidades virtuais, bem como, os metaversos, são constituídos por meio de programas de computador considerados simuladores de ambientes físicos, capazes de simular, entre outros, casas, edifícios, igrejas, bares, parques, centros comerciais, escolas, ruas de uma cidade, uma cidade inteira, carros, árvores, animais e pessoas.

Estudiosos[5] dedicam-se à análise desses mundos paralelos conectados à Internet, que possuem moeda e economia diferenciada, e simulam todos os aspectos do mundo real. Vale ressaltar, no entanto, que ainda não existe cientificamente uma denominação cem por cento correta para classificar tal fenômeno, posto que ele ainda se encontra em franco processo de evolução.

O *mundo virtual* ou *metaverso* no conceito oferecido por F. Gregory Lastowka, professor da Universidade de Direito Rutgers, de Nova Jersey, Estados Unidos é:

... um lugar que você pode co-habitar com centenas de milhares de pessoas simultaneamente. Esse mundo existe independente de sua presença, e suas ações podem moldar esse ambiente. O fato de você existir juntamente com outras pessoas reais do globo inteiro acrescenta um novo nível de imersão, que só pode ser vivido quando experimentado.[6]

Há diferentes tipos de mundos virtuais, cada um, face às suas peculiaridades, capazes de apresentar distintas e variadas relações jurídicas, que decorrem, entre outras coisas, do seu desenvolvimento constante e de seu simples funcionamento. Essas relações têm início a partir do momento em que o usuário efetua o cadastro *on-line* com todos os dados pessoais (nome, endereço, etc) que lhe permitirá ter acesso ao ambiente virtual, e que é normalmente disponibilizado por uma empresa privada.

A natureza jurídica das atividades desenvolvidas pelos proprietários dos metaversos é a de provedor de serviços. Entre os serviços disponibilizados, está o próprio acesso ao ambiente, bem como a todos os recursos de que ele dispõe, tais como a criação de um perfil ou avatar, o armazenamento de dados, a organização de pastas, o envio e recebimento de mensagens *on-line* e *off-line*, e os recursos de interatividade multimídia e ambiente tridimensional.

III - Identidade Virtual

Os metaversos ou mundos virtuais são "habitados" por distintos usuários, cujas experiências ali compartilhadas extrapolam os aspectos materiais, para interferir na esfera do ser humano, que é representado nesses mundos por uma identidade diferenciada, mas não menos real.

Nos dias atuais, a identidade virtual, também conhecida como identidade *on-line*[7], é tão importante quanto a identidade real ou *off-line*. A pessoa, ao longo do tempo, vai desenvolvendo uma boa ou má reputação de sua identidade virtual, seus parceiros *on-line* irão lhe atribuindo valores, tal como acontece na vida real.[8]

A identidade virtual toma forma principalmente por ser a representante da pessoa no ciberespaço. Alguns *sites* como "Mercado Livre" ou "eBay" utilizam as informações da identidade[9] *on-line* para atribuir adjetivos de bom-pagador ou bom-vendedor aos seus usuários, aspectos esses muitas vezes determinantes para possibilitar a realização de bons negócios na Internet.

Devemos ressaltar que as identidades virtuais ganharam aliados importantes para se desenvolver, que são metaversos como a *Second Life*, *World of Warcraft*, *Ultima Online* etc. Tais ambientes virtuais estão se tornando mais poderosos que a televisão, rádio etc., já que o ser humano tem uma profunda dependência de interagir com as demais pessoas, o que lhe é facilitado nos metaversos[10].

São milhões de usuários que passam várias horas por semana utilizando esse tipo de ambiente virtual para fins diversos, tais como, estudar, manter relações sociais, profissionais e afetivas, comprar e vender itens reais ou virtuais, trabalhar, lazer, etc.

Sendo que a interação entre os usuários e o ambiente virtual só é possível mediante a criação de uma espécie do gênero da identidade virtual que é o avatar[11]. O avatar, como mencionado anteriormente, é a denominação que se dá ao representante virtual do ser humano no metaverso; é por meio desse personagem que o usuário tem acesso ao mundo virtual[12].

Avatares são interativos, vêm em diferentes dimensões, e - tal como as pessoas - observam o mundo a partir de diferentes perspectivas. Às vezes, o avatar é uma foto, por vezes, é um desenho, que pode ser baseado na aparência de uma pessoa real ou ser totalmente diferente. Normalmente, o avatar é uma mistura do real e do imaginário. Eles representam o usuário na Internet. O avatar permite a interatividade com um sistema de computador e/ou com outras pessoas.[13]

O avatar proporciona, muitas vezes, um sentimento de segurança àquele que o está controlando como se sua intimidade estivesse protegida por uma máscara. Baseada nessa suposta segurança, a interação com outros avatares torna-se mais fácil. Estatísticas revelam que mais de 75% (setenta e cinco por cento) dos usuários se sentem seguros ao utilizar o avatar, embora essa segurança não exista de fato. Fiados nela, contudo, muitas pessoas são levadas a revelar com maior facilidade seus anseios, desejos e o que realmente pensam, já que a intensidade das relações se torna mais profunda no ambiente *on-line*. Por supor que estão "protegidos" pela máscara imaginária, os usuários deixam de proteger-se, ficando totalmente expostos[14].

O avatar é, portanto, essencial para as experiências que serão adquiridas nos metaversos, e, além de representar "fisicamente" a pessoa nesses ambientes *on-line*, também será um ser sociável no seu próprio círculo de convivência, onde terá uma correspondente posição social, reputação, honra etc.[15].

Além dos aspectos acima apresentados, ressalte-se o fato de o avatar ser também um investimento, pois os usuários dos metaversos investem tempo e recursos financeiros para criar seus avatares. Esse investimento pode ser num grupo social, com a manutenção de relações pessoais, ou financeiras, tal como ocorre quando das aquisições de itens virtuais[16].

O avatar pode ser gerado à semelhança de seu criador, com as mesmas características físicas do ser humano, ou ter forma de animais ou personagens fictícios (monstros, guerreiros, gnomos, bruxos, dragões etc.). Cabe ao usuário escolher como deseja ser no mundo virtual, e as opções são diversas, desde características físicas como sexo, formato do corpo, cor da pele etc., até a escolha do nome e sobrenome do avatar, que irão completar sua identidade virtual.

Tecnicamente, o avatar pode ser considerado um direito autoral, já que é constituído por um amontoado de códigos computacionais que dá origem a um programa gráfico tridimensional, visualizado na tela do computador, cuja função é a de interagir com outros avatares e com o ambiente. Porém, para milhões de usuários que se utilizam dessa representação virtual, o avatar possui uma conotação mais profunda[17], sendo considerado por muitos como a verdadeira personalidade exteriorizada no ambiente virtual[18].

Presumidamente, o avatar é a manifestação da própria pessoa que está sendo representada virtualmente. As ações desenvolvidas pelo avatar irão refletir-se na elaboração de sua reputação virtual, ou seja, o avatar é, na verdade, o centro da reputação virtual, do mesmo modo que a pessoa é o centro da reputação da vida real[19].

Avatar é a nominação que se atribui à representação virtual que irá refletir principalmente a personalidade de seu detentor. Ele possui uma identidade única, capaz de ser reconhecida pelos demais avatares não apenas pelo nome ou por sua aparência "física", mas também por suas manifestações escritas, faladas e gestuais, que refletem a vontade de seu representado e, por isso, tendem a modificar o mundo atual.

No mundo virtual, tudo é desenvolvido pensando no avatar. Os avatares são responsáveis pela comunidade, comércio e criação de itens virtuais, ou seja, sem eles os negócios não acontecem, razão pela qual toda a economia gira em torno deles. Desta forma, é necessário estudar quais são suas necessidades, o que precisam e como utilizam os objetos. Apesar de o usuário controlar o avatar, as necessidades dos avatares são diferentes das pessoas que os detêm. Eles não assistem televisão, não necessitam de meio de transporte para se locomover, seus hábitos são outros, sua cultura[20] é diferenciada, além do fato de eles provirem de diversas nacionalidades e ter diferentes idades. Assim, um mesmo "produto" deve agradar e atender tanto um americano como um chinês, cuja idade pode variar entre 15 e 55 anos[21].

Sob tal perspectiva, o avatar não é somente uma representação gráfica tridimensional em um metaverso. Certo que recebe um tratamento diferenciado por pertencer a um determinado círculo social, ou por auferir um importante posicionamento dentro dessa realidade social, tornando-se um "cidadão virtual" em um mundo virtual, com efeitos refletidos na vida real.

Personalidades notórias utilizam-se da sociabilidade dos avatares para auferir vantagens. Citamos, a título de exemplo, políticos como Nicolas Sarkozy, Ségolene Royal, Barack Obama, Hillary Clinton e Rudy Giuliani, que, em época de campanha eleitoral, criaram avatares em diferentes mundos virtuais.[22]

IV – Direito à Identidade virtual

O ciberespaço tende a intensificar as relações interpessoais, principalmente em virtude da pluralidade de culturas que se unem para formar diversas comunidades virtuais. As experiências vivenciadas nesses ambientes formam uma nova classe de identidade, diferente ou semelhante à identidade real.

Essa interação nos diversos ambientes virtuais proporciona uma mudança na vida real das pessoas, em decorrência das modificações apresentadas nas identidades criadas e mantidas virtualmente. E as múltiplas personalidades (ou identidades coletivas)[23] são facilmente desenvolvidas graças às novas tecnologias, que permitem o acesso a diferentes comunidades no ciberespaço e oferecem infinitas possibilidades de relacionamentos, que não deixam de ser menos reais por serem virtuais[24].

A observância de direitos como a proteção à honra, à dignidade da pessoa humana, à privacidade, à intimidade, à identidade etc., vistos sob a ótica das novas tecnologias, potencializa a preocupação com a sua tutela. Tal tema, aliás, está diretamente vinculado à Sociedade da Informação. Assim, a identidade virtual também merece uma proteção legal por envolver, além das questões comerciais, as questões sociais.

Sobre a Sociedade da Informação, cita-se o conceito apresentado por Lisboa:

"Sociedade da informação" também denominada de "sociedade do conhecimento", "é expressão utilizada para identificar o período histórico a partir da preponderância da informação sobre os meios de produção e a distribuição dos bens na sociedade que se estabeleceu a partir da vulgarização das programações de dados utiliza dos meios de comunicação existentes e dos dados obtidos sobre uma pessoa e/ou objeto, para a realização de atos e negócios jurídicos..[25]

O direito à identidade[26] faz parte de um dos direitos subjetivos da pessoa, inserido nos direitos da personalidade[27]/[28], ou seja, direitos comuns da existência, como o direito à vida, à liberdade, à imagem, à sociabilidade, à reputação, à honra, à autoria, à privacidade etc.

Consoante Clóvis Beviláqua, identidade "é o conjunto de atributos ou qualidades essenciais com que a pessoa aparece na sociedade. Abrange o nome, a nacionalidade, a filiação, o estado civil, a profissão, também, o domicílio, o pseudônimo e o título".[29]

Assim, devemos observar algumas implicações relacionadas aos avatares, e que atingem diretamente as pessoas a eles vinculadas. Explicamos: a criação de uma identidade virtual, dependendo do metaverso, apresenta-se de forma extremamente complexa, que demanda muitas horas, meses ou anos, para ser desenvolvida. Além dos aspectos econômicos envolvidos na criação do avatar, devem ser consideradas as questões relacionadas ao tempo que o usuário despendeu na sua criação.

Desta forma, até o ponto em que tratamos dos aspectos financeiros, é perfeitamente possível a discussão em juízo de uma indenização por danos materiais, caso ocorra, por exemplo, a expulsão[30] arbitrária do avatar do ambiente virtual em que ele foi inicialmente desenvolvido; porém, devem-se ressaltar, também, as implicações referentes à reputação granjeada pelo avatar, pois em caso de banimento, perdem-se muito mais do que simples valores econômicos, situação essa que deve ser analisada[31].

Os direitos morais relativos à identidade não podem sofrer limitações, posto que pertencem à categoria dos direitos da personalidade. Assim, identificado que o avatar é uma criação intelectual, espécie do gênero de identidade virtual, que representa a pessoa no metaverso, este adquire características próprias inconfundíveis, como identificação única, reputação, valores e imagem, que devem ser protegidos na categoria dos direitos da personalidade da pessoa que os detêm. Por conseguinte, tais identidades não podem pertencer aos proprietários dos metaversos apenas pelo fato de serem eles os detentores das paredes que cercam o ambiente *on-line*, mesmo que isso esteja previsto em contrato, já que é arbitrário.

Goffman sugere que a identidade é "tal como uma série de performances, em que usamos 'impressão de gestão' para nos retratar adequadamente em diferentes ambientes"[32]. Algumas partes da identidade são controladas pelo indivíduo, mas a maior parte dela é criada pelo meio onde a pessoa está. Cada um de nós possui várias identidades[33]: a identidade virtual é apenas mais uma delas[34].

4.1 – A reputação do avatar no metaverso

A confiança é a base da sociedade. Na Internet, assim como na vida real, isso é algo que deve ser conquistado. No entanto, em virtude da diversidade e da multiplicidade de pessoas e situações, na rede de computadores, a confiança é mais difícil de ser adquirida do que na vida *off-line*, pois na existe carência do contato físico, externado pela expressão corporal e facial.

No ciberespaço, outrora palco ao anonimato seguro, a pessoa estava acobertada pela tela do computador, sempre intransponível e impossível de ser revelada. Todavia, equivocam-se aqueles que acreditam ser a Internet um porto seguro.

Ademais, o anonimato, antes aclamado, perdeu sua função à posição adversa, ou seja, as relações virtuais, principalmente de comércio eletrônico, estão propiciando uma necessidade natural de revelação da identidade verdadeira, seja ela apenas virtual ou não, na exata medida em que a confiança e a reputação mostram-se imprescindíveis a determinadas ocorrências vivenciadas no ciberespaço.

Nessa mesma linha, nas redes sociais, a identidade virtual vale-se de sua reputação para fornecer segurança aos demais membros da comunidade, tanto nos relacionamentos interpessoais quanto nas relações comerciais. Deve-se ressaltar, ainda, que no ciberespaço a confiança é mais difícil de ser mantida, pelo mesmo motivo que mais duramente é conquistada. Isto devido ao número expressivo de pessoas que utilizam o mesmo espaço virtual[35].

A reputação[36] *on-line* nem sempre está interligada com a reputação *off-line.* A maioria das comunidades virtuais[37] oferece aos seus membros a possibilidade de avaliar as condutas de seus pares, negativa ou positivamente, recebendo créditos aqueles que apresentam uma boa reputação. A confiança e a reputação atribuídas no ciberespaço são adjetivos atraídos pelos mesmos parâmetros presentes na sociedade real, ou seja, devem ser conquistados dentro de limites éticos e com valores preservados.

... o self não é visto nem como produto de um sistema simbólico externo, nem como uma entidade fixa que o indivíduo pode imediatamente e diretamente apanhar; muito mais do que isto, o self é um projeto simbólico que o indivíduo constrói ativamente. É um projeto que o indivíduo constrói com os materiais simbólicos que lhe são

disponíveis, materiais com que ele vai tecendo uma narrativa coerente da própria identidade. Esta é uma narrativa que vai se modificando com o tempo, à medida que novos materiais, novas experiências vão entrando em cena e gradualmente redefinindo a sua identidade no curso da trajetória de sua vida. Dizer a nós mesmos e aos outros o que somos é recontar as narrativas - que são continuamente modificadas neste processo - de como chegamos até onde estamos e para onde estamos indo daqui para a frente. Somos todos biógrafos não oficiais de nós mesmos, pois é somente construindo uma história, por mais vagamente que a façamos, que seremos capazes de dar sentido ao que somos e ao futuro que queremos.[38]

Os *sites* "Mercado Livre" e "eBay" são exemplos de que a reputação de seus membros é extremamente importante nos negócios lá efetuados, já que se mostra decisiva nas operações de compra (se a reputação do vendedor é inadequada, dificilmente conseguirá fazer boas vendas; por outro lado, caso tenha conseguido conquistar uma reputação confiável, presume-se que irá conseguir fechar bons negócios). Esses *sites* utilizam-se de mecanismos em que os usuários expõem suas impressões sobre os demais, isto é, registram o início de uma reputação boa ou ruim, que também a alcança quem compra (é a reputação de bom pagador).

Outros exemplos de problemas relacionados com a identidade virtual e a reputação são comentados por *Noveck*[39]. Um dos fatos narrado por essa autora ocorreu no Texas, com *Colin Hepburn*, após oito anos de construção de sua reputação no *site* de anúncios "*Ebay" Colin* teve sua conta de usuário do *site* cancelada, por um requerimento feito pela empresa *Sony Online Entertainment*. *Colin* era usuário do metaverso *Everquest*, cujos direitos autorais pertencem à *Sony*. Após frequentar durante muitos anos esse metaverso, Colin adquiriu uma variedade de itens virtuais, alguns com valores representativos no mercado externo. Ele, então, resolveu vender um de seus itens no *site* de anúncios *Ebay*, o que gerou todo o conflito. No entendimento da empresa *Sony*, esse item virtual não poderia ser vendido, sob pena de o usuário violar as leis de direitos autorais e o "Contrato de Serviços", *in casu*, pertencentes à empresa detentora do mundo virtual.

Assim sendo, a *Sony*, com a justificativa de que *Colin* estaria vendendo um bem intangível que não lhe pertencia, teria infringido as leis de direitos autorais e as regras do contrato do *site Ebay*, que não permitem a venda de produtos protegidos por lei. Desta forma, os proprietários do *site*, em atenção ao pedido da empresa, e para evitar a inclusão deles como co-réus em ação judicial, cancelaram a conta de *Colin Hepburn* e, com isso, uma reputação de oito anos foi destruída.

Conforme relatado por *Noveck*, *Colin*, que fazia parte de uma comunidade, teve prejuízos que atingiram muito mais que as perdas financeiras causadas por possíveis vendas não efetuadas e os lucros cessantes. Sua maior perda, na verdade, foi

de natureza moral, consistente no dano causado à reputação de seu avatar e na sua exclusão do convívio social, no ambiente virtual que era algo muito especial para ele. Além disso, *Colin* usava a boa reputação de sua identidade virtual para aumentar os valores de seus produtos e ganhar a confiança dos demais membros[40].

É imprescindível observar que para *Colin* e para a maioria dos usuários que se esforçam em manter bons negócios nessas comunidades, os pontos ali conquistados são extremamente importantes, principalmente para manter uma ilibada reputação *on-line*, que termina por acrescentar-se como uma extensão da identidade real [41].

É preciso pensar na possibilidade de assegurar os direitos decorrentes do crescimento das identidades virtuais que atuam nos metaversos e que representam as pessoas físicas. Existe a proteção à identidade *off-line* relacionada às atividades *on-line*, como a proteção dos direitos da personalidade (honra, privacidade, intimidade, direitos morais do autor, garantias constitucionais, consumeristas etc.). Nesse cenário está ausente, entretanto, a proteção das próprias identidades virtuais, criadas com o intuito precípuo de representação do indivíduo nos metaversos, que exigem essa forma diferenciada de representatividade que é o avatar[42].

A reputação da identidade virtual não é conquistada individualmente, pois a coletividade garante o nascimento dessa reputação e a mantém viva para garantir sua permanência. É por influência da comunidade criada virtualmente que a identidade ganha e enriquece sua reputação. Em outras palavras, mesmo que se garanta uma proteção à identidade virtual, devem assegurar-se mecanismos para que seu suporte não se desfaça sem critérios[43].

À luz dessa orientação, é relevante analisar o aspecto da integridade do ambiente virtual para garantir a permanência das identidades criadas através dele. As grandes comunidades são desenvolvidas por entidades privadas, e seus proprietários ditam as regras que devem ser respeitadas pelos usuários ou membros. Ocorre que, da mesma forma que são criadas, essas comunidades podem ser extintas, desfazendo todas as relações interpessoais ou negociais que estão abaixo delas, conquistadas por intermédio das identidades virtuais.

O proprietário da plataforma, que sustenta uma comunidade, poderá destruir milhões de identidades virtuais, pelo simples fato de ser o criador desse ambiente virtual. Deve-se pensar na proteção dessas identidades virtuais subordinadas à vontade arbitrária do proprietário do metaverso, porque o interesse coletivo, motor que impulsiona essas comunidades, precisa ser legalmente preservado.

As pessoas gastam tempo e recursos financeiros para construir perfis em comunidades sociais como *Orkut*, *Myspace*, *Hi5*, ou em metaversos como *Second Life*, *Everquest e Ultima Online*, e precisam ter seus direitos protegidos também no que se refere às identidades virtuais. Por exemplo, os proprietários desses ambientes virtuais não podem ter o poder ilimitado de extinguir a comunidade. Vários fatores devem ser observados, como os itens adquiridos no decorrer da vigência da comunidade e as identidades virtuais construídas, com todos os seus desmembramentos em relacionamentos interpessoais, reputação etc.

A reputação *on-line* afeta a reputação real da pessoa. Muitos utilizam os *sites* de busca da Internet, como o "*Google*", para encontrar *sites* capazes de fornecer a verdadeira identidade de uma pessoa, para saber detalhes de sua vida ou se sua reputação *on-line* está ou não condizente com o que a pessoa realiza no mundo real, relacionados esses à profissão ou aos ambientes sociais que frequenta e até informações judiciais e opiniões postadas em *sites*. Desta forma, é preciso preocupar-se com a dupla reputação da identidade, a real e a virtual.

A reputação conquistada na vida virtual pode, ou não, ser diferenciada da vida *off-line*. Certamente muitas pessoas passam mais horas conectadas ao computador do que às suas vidas reais. Os trabalhos nas empresas estão migrando para ambientes virtuais, os relacionamentos pessoais (amigos/família) fazem parte dos *sites* de redes sociais e de entretenimento, como músicas, filmes, livros e jogos, da mesma forma que estão na rede as notícias e as informações.

O contexto relativo à proteção da identidade virtual abrange diferenciados direitos, pois trata de circunstâncias individualizadas que carecem de uma cautela especial. Por exemplo, uma boa reputação virtual pode facilitar o comércio eletrônico, ou pode iniciar vários relacionamentos interpessoais.

Ao proteger a identidade virtual, as relações comerciais eletrônicas serão facilitadas, pois o fator confiança estará intimamente relacionado às transações bem sucedidas, da mesma forma que as redes sociais e os metaversos irão auferir uma quantidade maior de adeptos e de relações negociais dentro desses ambientes, pois certamente serão atraídos pela segurança oferecida às garantias individuais.[44]

V - Conclusão

Os metaversos auxiliam muito para o crescimento e desenvolvimento das identidades virtuais, pois a representação gráfica tridimensional proporcionou um aspecto mais realista aos avatares, que na mesma via atraiu milhões de usuários ávidos em experimentar uma nova vida no ambiente virtual.

Pode-se considerar que a linha divisória entre a vida *on-line* e a vida *off-line* é extremamente tênue, ou, por vezes, inexistente. Isto porque a identidade virtual nada mais é do que uma extensão da vida real da pessoa, ou seja, é apenas uma representação individual em outro ambiente. Assim, é possível afirmar que o avatar merece ser protegido da mesma forma que a reputação real de seu criador.

Entre as funções atribuídas ao avatar pode-se citar a social, que está na essência da identidade virtual, o desempenho na sociedade na qual ele está inserido. O avatar atua na sociedade virtual como um verdadeiro cidadão, e sua liberdade de manifestação e expressão deve ser protegida, assim como o direito de informação e os direitos de personalidade, uma vez que, nos mundos virtuais, o avatar é a voz que representa a vontade da pessoa humana.

As identidades virtuais são tão importantes que muitas pessoas se preocupam mais em manter uma boa reputação *on-line* do que o contrário. Alguns julgados começam a despontar nos Tribunais de diversos países tratando de conflitos que envolvem as identidades virtuais e a tendência é uma demanda crescente sobre esse assunto que merece estudos mais aprofundados.

VI - Bibliografia

ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código do Consumidor**. Barueri, São Paulo: Manole, 2004.

ANGELUCI, Regiane Alonso; SANTOS, Coriolano Aurélio de Almeida Camargo. **Sociedade da Informação: O mundo virtual *Second Life* e os Crimes Cibernéticos**. Proceedings of the Second Internacional Conference of Forensic Computer Science, ICoFCS 2007, Vol. 2, Number 1, p. 56-63, 2007.

ASCENSÃO**,** José de Oliveira. **Direito da Internet e da sociedade da informação: estudos.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

BALKIN**,** Jack M.; NOVECK, Beth Simone (Org.). ***The State of Play: law, games, and virtual world*s**. New York: New York University Press, 2006.

BITTAR**,** Carlos Alberto. **Direito de autor**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

BOELLSTORFF, Tom. ***Coming of age in second life: an anthropologist explores the virtually human***. New Jersey: Princenton University Press, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede. A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura**, vol. I. 6ª ed. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999.

_____. **A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a Sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTRONOVA, Edward. ***Synthetic worlds: the business and culture of online games***. Chicago, 2005.

_____. ***On Virtual Economies***, CESifo Working paper n. 752. Industrial Organisation, July, 2002.

_____. ***Teory of the Avatar***. Cesifo working paper, n. 863: USA, 2003.

DAMGAARD, Ida. ***Legal Implication of the Project Entropia: Conducting Business in Virtual Worlds***. Göteborgs Universitet, 2002.

DELLA TORRE, Massimiliano (a cura di). ***Diritto e informatica***, Milano: Giuffrè Editore, 2007.

DERTOUZOS**,** Michael L. **O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas.** São Paulo: Editora Schwarcz Ltda, 1997.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, v.1: teoria geral do direito civil.** 19 ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

DUPAS, Gilberto. **Ética e Poder na Sociedade da Informação.** 2ª ed. revista e ampliada, São Paulo: Editora UNESP, 2001.

DURANSKE, Benjamin Tyson. ***Virtual Law: Navigating the Legal Landscape of Virtual Worlds***. United States: ABA Defending Liberty Pursuing Justice, 2008.

FRIEDMAN, Thomas. **O mundo é plano: Uma breve história do século XXI**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

GALDELMAN**,** Henrique. **De Gutenberg à Internet: direitos autorais na era digital.** 4ª ed. ampliada e atualizada, Rio de Janeiro: Record, 2001.

GIBSON, Willian. **Neuromancer**. New York: Ace, 1994.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**; tradução de Maria Célia Santos Raposo, 10 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

GOULD, Daniel. ***Virtual Property in MMOGs***, June, 2008 (unpublished manuscript).

JIN, Ge. ***Chinese Gold Farmers in the Game World***. Consumers, Commodities & Consumption, Vol. 7, nº 2, May 2006.

KLANG, Mathias***. Avatar: From Deity to Corporate Property***, ***A philosophical inquiry into digital property in online games***. Department of Informatics, University of Göteborg, Sweden, 2007.

LASTOWKA, F. Gregory; HUNTER, Dan. ***The Laws of the Virtual Worlds***. Public Law and Legal Theory Research Paper Series, n. 26, version 1.12, May 2, 2003. p. 1-101.

LEDERMAN, Leandra. ***Stranger than fiction taxing virtual worlds***. New York Law Review, vol. 82-1620, p. 1620-1672, dez. 2007.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LISBOA, Roberto Senise. **Manual de Direito Civil, Teoria Geral do Direito Civil**, vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Direito na Sociedade da Informação**. RT-847, p. 78-95. São Paulo: Revista dos Tribunais, Maio-2006.

LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

LUCCA, Newton De e SIMÃO Filho, Adalberto (coordenadores) e outros. **Direito & Internet - aspectos jurídicos relevantes**, 2ª ed. São Paulo: Quartier Latin, 2005.

_____. **Direito & Internet, Aspectos Jurídicos Relevantes**, vol. II. São Paulo: Quartier Latin, 2008.

KUMAR, Krishan**. Da sociedade pós-industrial à pós-moderna - novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

MATUZAWA, Flavia Lumi. **O conceito de comunidade virtual auxiliando o desenvolvimento da pesquisa científica na educação a distância**. Florianópolis, 2001. 106p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2001.

MEADOWS, Mark Stephen. ***I, Avatar, the culture and consequences of having a Second Life***. United States: Becky Morgan, 2008.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NIE, N. H. e LUTZ, E. ***Internet and Society***: A Preliminary Report.: Stanford Institute for the Quantitative Study of Society, 2000.

PAESANI**,** Liliana Minardi. **Direito de informática: comercialização e desenvolvimento internacional do software**. 5ª ed., São Paulo: Atlas, 2005.

_____, **Direito e Intenet: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil**. 3ª ed., São Paulo: Atlas, 2006.

REUVENI, Erez. ***On Virtual Worlds: Copyright and Contract Law at the Dawn of the Virtual Age.*** Law Clerk, Hon. Chief Judge Mark L. Wolf, U.S. District Court for the District of Massachusetts, 2006-2007; J.D., 2006, Boston University School of Law; B.A., 2002, Brandeis University.

SZANIAWSKI, Elimar. **Direitos de personalidade e sua tutela**. São Paulo: RT, 2005.

THOMPSON, John B**.. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

TURKLE, Sherry. **Fronteiras do real e do virtual**. Revista Semestral FAMECOS: Porto Alegre, nº 11, dezembro 1999.

_____, ***Life on the screen***, ***identity in the age of the internet***. New York: Simon & Schuster Inc., 1997.

_____. ***The Second Self. Computers and the Human Spirit***. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts. London, England, 2005.

VACCA, Ryan. ***Viewing Virtual Property Ownership Through the Lens of Innovation.*** University of Oregon School of Law, 2008.

[1] Ronaldo Alves de Andrade cita que "a utilização do computador como máquina de automação, com capacidade de realizar inúmeras tarefas que antes só podiam ser realizadas pelo homem, deu origem ao *mundo virtual*, ou seja, um mundo onde,..., as relações humanas deixaram de ser concretizadas com a presença física de pessoas e objetos". ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código do Consumidor**. Barueri, São Paulo: Manole, 2004, p. 10.

[2] "Ciberespaço é o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. (...) Esse novo meio tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação. A perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século". LÉVY, Pierre. **Cibercultura**, p. 92-93.

[3] YOCHAI, Benkler. ***There is no spoon.*** In: BALKIN**,** Jack M.; NOVECK, Beth Simone (Org.). ***The State of Play: law, games, and virtual worlds***. New York: New York University Press, 2006, p. 180-186. Tradução livre.

[4] "Avatar - Rubrica: religião. Na crença hinduísta, descida de um ser divino à terra, em forma materializada. Particularmente cultuados pelos hindus são Krishna e Rama, avatares do deus Vixnu; os avatares podem assumir a forma humana ou a de um animal. **- 2 -** processo metamórfico; transformação, mutação." **Dicionário Houaiss**. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=avatar&stype=k>. Acesso em: 10 abr. 2007.

[5] Exemplos: Jack M. Balkin, Beth Simone Noveck, Benjamin Tyson Duranske (advogados); Edward Castronova (economista); Tom Boellstorff (antropólogo); Sherry Turkle (psicanalista); Mark Stephen Meadows (filósofo), etc.

[6] LASTOWKA, F. Gregory; HUNTER, Dan. ***The Laws of the Virtual Worlds***. *Public Law and Legal Theory Research Paper Series*, n. 26, *version* 1.12, *May* 2, 2003. p. 1-101, p. 3. Tradução livre.

[7] O emprego dos termos "on-line" e "off-line" são utilizados para diferenciar as experiências vividas dentro dos ambientes virtuais "on-line", e por outro lado, "off-line" representa as situações vivenciadas no mundo físico.

[8] NOVECK, Beth Simone. ***Trademark Law and the Social Construction of Trust: creating the legal framework for online identity.*** Washington University Law Quarterly, vol. 83, 2006, p. 1734. Tradução livre.

[9] Destacam-se as características econômicas e morais, relacionadas à valoração da identidade virtual, que já estão sendo questionadas em conflitos trazidos aos tribunais brasileiros. Como exemplo, chama a atenção à apelação julgada pelo Tribunal de Justiça de São Paulo, em que o autor usuário do site de anúncios "Mercado Livre" propôs ação de indenização contra o Banco Bradesco, alegando prejuízo quando sua conta no site fora suspensa, após ter efetuado um pagamento que não foi repassado pela sua agência a outro banco, porque deixou de vender produtos, e, portanto houve lucros cessantes, e sua reputação foi profundamente abalada. Apelação nº 7.061.592-2 Comarca de Itanhaém-SP, março 2008.

[10] MEADOWS, Mark Stephen. ***I, Avatar, the culture and consequences of having a Second Life***, 2008, p.35. Tradução livre.

[11] "Avatar - Rubrica: religião. Na crença hinduísta, descida de um ser divino à terra, em forma materializada. Particularmente cultuados pelos hindus são Krishna e Rama, avatares do deus Vixnu; os avatares podem assumir a forma humana ou a de um animal. **- 2 -** processo metamórfico; transformação, mutação." **Dicionário Houaiss**. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=avatar&stype=k>. Acesso em: 10 abr. 2007.

[12] Castronova, Edward. Teory of the Avatar. Cesifo working paper, n. 863: USA, 2003, p. 3. Tradução livre.

[13] MEADOWS, Mark Stephen***. I, Avatar, the culture and consequences of having a Second Life***, 2008, p.13. Tradução livre.

[14] MEADOWS, Mark Stephen. ***I, Avatar, the culture and consequences of having a Second Life***, 2008, p.36. Tradução livre.

[15] KLANG, Mathias***. Avatar: From Deity to Corporate Property***, ***A philosophical inquiry into digital property in online games***. Department of Informatics, University of Göteborg, Sweden, 2007, p. 2. Tradução livre.

[16] KLANG, Mathias. ***Avatar: From Deity to Corporate Property, A philosophical inquiry into digital property in online games.*** Department of Informatics, University of Göteborg, Sweden, 2007, p. 3. Tradução livre.

[17] *"...people have a very proprietary feeling towards their image [i.e., their avatar]. What happens to it happens to them. What touches it, they feel... A new kind of social situation is created."* Tradução livre: ... as pessoas têm um sentimento muito próprio com relação a sua imagem [ou seja, o seu avatar]. O que acontece com o avatar ocorre também com elas. Se o avatar for tocado, elas sentem ... Um novo tipo de situação social é criada". BOELLSTORFF, Tom. ***Coming of age in Second Life: na anthropologist explores the virtually human***. Princeton University Press, New Jersey, 2008, p. 129.

[18] Castronova, Edward. ***Teory of the Avatar***. Cesifo working paper, n. 863: USA, 2003, p. 12. Tradução livre.

[19] KLANG. Mathias. ***Avatar: From Deity to Corporate Property. A philosophical into digital property in online games***. Department of Informatics. University of Göteborg, Sweden, 2002, p.5. Tradução livre.

[20] "É uma cultura de pessoas que concordam entre si em um espaço psicológico. É uma cultura de pessoas que tem crescido com pensamentos diferentes, apartados, que possuem compromissos, que são assim descritos por um hacker: "uma ética de total tolerância para qualquer coisa que se fosse no mundo real poderia ser considerado estranho". Suas roupas, aparência pessoal, higiene pessoal, quando você dorme, e quando acorda, o que você come, onde você mora, onde você freqüenta - não existem regras. Mas existe convivência". Tradução Livre de: "It is a culture of people who leave each other a great deal of psychological space. It is a culture of people who have grown up thinking of themselves as different, apart, and who have a commitment to what one hacker described as "an ethic of total toleration for anything that in the real world would be considered strange". Dress, personal appearance, personal hygiene, when you sleep and when you wake, what you eat, where you live, whom you frequent - there are no rules. But there is company".: TURKLE, Sherry. ***The Second Self. Computers and the Human Spirit***. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts. London, England, 2005, p. 196-197.

[21] MEADOWS, Mark Stephen. ***I, Avatar, the culture and consequences of having a Second Life***, 2008, p.67. Tradução livre.

[22] MEADOWS, Mark Stephen. ***I, Avatar, the culture and consequences of having a Second Life***, 2008, p.67. Tradução livre.

[23] Para Thompson "auto-identidade é o sentido que cada um tem de si mesmo como dotado de certas características e potencialidades pessoais, como um indivíduo situado numa certa trajetória de vida. A identidade coletiva é o sentido que cada um tem de si mesmo como membro de um grupo social ou coletividade; é um sentido de pertença, de ser parte de um grupo social que tem uma história própria e um destino coletivo... O sentido que cada um tem de si mesmo e o sentido de pertença a um grupo são modelados - em vários graus dependendo do contexto social - pelos valores, crenças e padrões de comportamento que são transmitidos do passado. O processo de formação de identidade nunca pode começar do nada, mas pode muito bem acontecer que, com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a natureza deste conjunto de material simbólico preexistente tenha se alterado significativamente, e isso possa ter implicações no processo de formação de identidade". THOMPSON, John B**.. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Rio de Janeiro: Vozes, 1998, p. 184-185.

[24] TURKLE, ***Life on the screen***, p. 259. Tradução livre.

[25] LISBOA, Roberto Senise. **Direito na Sociedade da Informação**. RT-847, p. 78-95. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, Maio-2006, p. 85.

[26] Identidade Civil - Diz-se da que resulta do conjunto de qualidades e atividades que individualizam alguém como ser social distinto, juridicamente considerado pessoa. NEVES, Lêdo Batista. **Vocabulário enciclopédio de tecnologia jurídica e de brocardos latinos**, 2 v.. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 1134.

[27] "Os direitos da personalidade integram a categoria dos direitos subjetivos. Os sistemas jurídicos atuais garantem a todo ser humano certos bens jurídicos em decorrência do simples fato de sua existência. Trata-se de direitos inerentes à própria pessoa humana e constituem prerrogativas ou faculdades que permitem a cada ser humano o desenvolvimento de suas aptidões e energias tanto físicas como espirituais, que constituem o conteúdo essencial da personalidade. Nessa categoria o homem é simultaneamente sujeito e objeto de direito, recaindo o exercício destes em bens morais e físicos. Somos senhores de nossa vida, liberdade, identidade, honra e outros atributos do estado natural da pessoa, mas nem assim há de ficar ao arbítrio de cada um fazer de si o que bem entende. Seria negar uma condição basilar do aperfeiçoamento do homem; a vida em sociedade. A lei condena de modo geral todo abuso do direito." Enciclopédia Saraiva do Direito, vol. 42. Coordenação Prof. R. Limongi França, São Paulo: Saraiva, 1977, p. 153.

[28] "Personalidade, na acepção clássica, é a capacidade de direito ou de gozo da pessoa de ser titular de direitos e obrigações, independentemente de seu grau de discernimento, em razão de direitos que são inerentes à natureza humana e sua projeção para o mundo exterior." LISBOA, Roberto Senise. **Manual de Direito Civil, Teoria Geral do Direito Civil**, vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 165.

[29] Enciclopédia Saraiva do Direito, vol. 42. Coordenação Prof. R. Limongi França, São Paulo: Saraiva, 1977, p. 71.

[30] Observa-se que em alguns metaversos como a Second Life, existe a possibilidade do avatar ser banido do mundo virtual, essa atitude geralmente é tomada pela própria empresa detentora dos direitos do metaverso. Caso ocorra o banimento, o usuário além de perder todos os itens virtuais adquiridos dentro do ambiente, também, perde sua identidade virtual, bem como, todos os contatos pessoais, histórico, ou seja, é como se fosse a "morte virtual".

[31] Castronova, Edward. ***Teory of the Avatar***. Cesifo working paper, n. 863: USA, 2003, p. 31. Tradução livre.

[32] GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**; tradução de Maria Célia Santos Raposo, 10 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2002, p.45. Tradução livre.

[33] *[I]dentity is used to mean "the condition of being a specified person" or "the condition of being oneself... and not another". It clusters with the terms "personality, "individuality" and "individualism", and, less fashionably, "soul". It implies the existence for each person of private space or lebensraum, in which one's attitudes and actions can define one's self... The dictionary definitions miss a vital aspect. The origin of the term implies equality or "oneness", but identities are no longer rationed to one per physiological specimen. A person may adopt different identities at various times during a life-span, and some individuals maintain several at once*. Tradução livre: [I] dentidade é usada para significar "a condição de ser uma determinada pessoa" ou "a condição de ser si mesmo ... e não outro". São agregados com os termos "personalidade", "individualidade" e "individualismo", e, popularmente, "alma". Implica a existência de cada pessoa no espaço privado, em que uma das atitudes e ações podem definir o "ser único" ... A definição do dicionário perde o aspecto vital. A origem do termo implica igualdade ou "unidade", mas já não são racionadas as identidades uma por espécime fisiológica. Uma pessoa pode adotar diferentes identidades, várias vezes, durante o tempo de vida, e alguns indivíduos mantêm várias de uma só vez. BALKIN, Jack M. ***The State of Play***, p. 212.

[34] BALKIN, Jack M. ***The State of Play***, p. 201. Tradução livre.

[35] "... o desenvolvimento dos meios de comunicação teve um profundo impacto no processo de auto-formação. Antes do desenvolvimento da mídia, os materiais simbólicos empregados por muitos indivíduos para a formação do self(eu) eram adquiridos em contextos de interação face a face... hoje os horizontes dos individuos se alargam; eles não se estreitam mais nos padroes de interação face a face, mas são modelados pela expansão das redes de comunicação mediada. THOMPSON, John B.. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Rio de Janeiro: Vozes, 1998, p. 184-185.

[36] A reputação recebe proteção pelo artigo 12 da Declaração Universal dos Direitos Humanos: "Ninguém será sujeito a interferências na sua vida privada, na sua família, no seu lar ou na sua correspondência, nem a ataques à sua honra e **reputação**. Toda pessoa tem direito à proteção da lei contra tais interferências ou ataques. (original sem grifo)"

[37] A rede social "Orkut" é um exemplo de comunidade que oferece aos membros a possibilidade de avaliar condutas de outros participantes, como por exemplo, com denúncias de comportamentos não aceitos pelos demais integrantes. THOMPSON, John

B.. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Rio de Janeiro: Vozes, 1998, p. 184-185.

[38] THOMPSON, John B.. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Rio de Janeiro: Vozes, 1998, p. 183-184.

[39] NOVECK, Beth Simone. ***Trademark Law and the social construction of trust:creating the legal Framework for online identity***. Washington University Law Quarterly, 2006, p. 1734. Tradução livre.

[40] NOVECK, Beth Simone. ***Trademark Law and the social construction of trust:creating the legal Framework for online identity***. Washington University Law Quarterly, 2006, p. 1745. Tradução livre.

[41] NOVECK, Beth Simone. ***Trademark Law and the social construction of trust:creating the legal Framework for online identity***. Washington University Law Quarterly, 2006, p. 1746. Tradução livre.

[42] BALKIN, Jack M. ***The State of Play***, p. 202. Tradução livre.

[43] BALKIN, Jack M. ***The State of Play***, p. 203. Tradução livre.

[44] NOVECK, Beth Simone. ***Trademark Law and the social construction of trust:creating the legal Framework for online identity***. Washington University Law Quarterly, 2006, p. 1740.