

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS**

Programa de Pós Graduação da Faculdade Mineira de Direito

**Linha de pesquisa:** Função Social e Função Econômica das Instituições Jurídicas

**Área de estudo:** Democracia, Autonomia Privada e Regulação

**MICROTRANSAÇÕES NOS JOGOS ELETRÔNICOS: estudo  
sobre regulamentação das *loot boxes* no Brasil**

**Laiane Maris Caetano Fantini**

Belo Horizonte  
2022

**Laiane Maris Caetano Fantini**

**MICROTRANSAÇÕES NOS JOGOS ELETRÔNICOS: estudo  
sobre regulamentação das *loot boxes* no Brasil**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção de título de Mestre em Direito.

**Orientador:** Rodrigo Almeida Magalhães  
**Área de concentração:** Direito do Consumidor

Belo Horizonte  
2022

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

F216m Fantini, Laiane Maris Caetano  
Microtransações nos jogos eletrônicos: estudo sobre regulamentação das loot boxes no Brasil / Laiane Maris Caetano Fantini. Belo Horizonte, 2022. 192 f. : il.

Orientador: Rodrigo Almeida Magalhães  
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Direito

1. Brasil. Código de defesa do consumidor (CDC) (1990). 2. Brasil. [Lei geral de proteção de dados pessoais (2018)]. 3. Jogos eletrônicos - Comércio. 4. Jogos eletrônicos - Aspectos jurídicos. 5. Jogo eletrônico - Regulamentação. 6. Proteção de dados. 7. Proteção e defesa do consumidor. I. Magalhães, Rodrigo Almeida. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Direito. III. Título.

CDU: 351.824.5

**Laiane Maris Caetano Fantini**

**MICROTRANSAÇÕES NOS JOGOS ELETRÔNICOS: estudo  
sobre regulamentação das *loot boxes* no Brasil**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção de título de Mestre em Direito.

**Área de concentração:** Direito do Consumidor

---

Prof. Dr. Rodrigo Almeida Magalhães - PUC Minas (Orientador)

---

Prof. Dr. Eduardo Goulart Pimenta - PUC Minas (Banca examinadora)

---

Prof. Dr. Leonardo Netto Parentoni - UFMG. (Banca examinadora)

Belo Horizonte, 27 de junho de 2022

*Dedico esse trabalho ao meu maior amigo e incentivador, pois sem ele eu não chegaria até aqui, e à minha família, pelo amor e suporte incondicional.  
Eduardo, Juninho, Changuito, Laise e Milson: amo vocês.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à família pela paciência e por ser sempre um refúgio acalentador. Aos amigos que fizeram parte dessa jornada, mesmo de longe, e não caberiam todos nessa página, mas especialmente a: Andreia Batista, Izabela Rocha, Lindomar Oliveira, Luana Vieira, Bruno Tavares, Victor da Pieve, Diego Myller, Heider Carlos, Fernanda Gullo, aos amigos do grupo sócio-gamers e tantos outros. Foram encontros e reencontros em eventos acadêmicos como SBGames, BIG Festival, DIGRA, GDC, além do *Discord* e o *lobby* do *Valorant*. Ao PãoGeekeijo, projeto que me permitiu contato próximo com o mercado de jogos eletrônicos, desenvolvedoras e consumidores. Daniel, Alisson, Marlon, obrigada.

Agradeço também aos que não estão mais entre nós, mas que de alguma forma me auxiliaram nessa longa jornada.

Agradeço especialmente ao meu orientador Prof. Rodrigo Magalhães por acreditar em mim desde o início, pelas palavras de conforto, pela empatia e compreensão durante o desenvolvimento deste trabalho.

Agradeço ao Centro DTIBR não apenas por despertar meu interesse na pesquisa acadêmica com os cursos e os debates do grupo de estudos DTec, mas também pelas inúmeras oportunidades que tive contato com temas afetos ao direito e à tecnologia e descobri, assim, uma nova paixão. Serei eternamente grata ao Prof. Leonardo Parentoni, Yuri Alexandre, Bruno Vieira e Tárík César.

Agradeço aos colegas do PPGD, pessoas incríveis as quais compartilhamos juntos a experiência de realizar o sonho da pós graduação em circunstâncias tão excepcionais. Tive a sorte de rever professores da minha época de graduação que sempre nutri muito carinho, principalmente meu orientador e amigo Prof. Daniel Rocha Correia. Ao corpo docente e à equipe do PPGD pelo desempenho e dedicação durante minha passagem pelo programa.

Agradeço aos pesquisadores e à equipe da Bloomberg, os quais gentilmente disponibilizaram os trabalhos restringidos para contribuir com essa pesquisa, todos referenciados nas referências finais. Agradeço também à disposição e atenção e a todos aqueles que, não mencionados aqui, também contribuíram para essa pesquisa.

*Um famoso explorador disse uma vez que o extraordinário está no que fazemos, não em quem somos. Eu finalmente decidi deixar minha marca para encontrar aventura, mas, em vez disso, a aventura me encontrou. Em nossos momentos mais sombrios, quando a vida passa diante de nós, encontramos algo. Algo que nos mantém em movimento.*  
*Lara Croft (Tomb Raider, 2013)*

## RESUMO

O presente trabalho pretendeu contextualizar o problema, levantando aspectos jurídicos ao longo do seu desenvolvimento, para, no capítulo final, elaborar uma proposta. Assim, partindo da análise da dinâmica construção da definição do que é o jogo e seu papel no desenvolvimento da sociedade, foi apresentada uma visão crítica da ideia de materialidade para justificar, adiante, os reflexos do jogo fora do círculo mágico. A partir da noção de jogo como fenômeno sócio-cultural, foram expostas as definições e sinônimos atribuídos aos jogos eletrônicos juntamente com as respectivas implicações política, cultural, social e jurídica, além do enquadramento legal como serviço. Desenhada a conjuntura dos jogos, foi estudada as microtransações e seus devidos reflexos patrimoniais e extrapatrimoniais para, então, analisar a situação dos sistemas de recompensa aleatória denominado *loot boxes*. Esses sistemas despertam controvérsias tanto pelo mecanismo, que possui riscos ocultos e se assemelha a jogos de azar, quanto pelos impactos identificados nos jogadores. Aprofundado nas *loot boxes*, estudou-se o consumo virtual dos jogos eletrônicos, os impactos no consumo de ativos digitais, questionou-se as normas aplicáveis e as aparentes lacunas no Código de Defesa do Consumidor. Com todos os temas relacionados devidamente apresentados, utilizou-se da falha de mercado relativa a assimetria informacional e a referência da Teoria Econômica Comportamental para propor medidas regulatórias como forma de conferir maior segurança não apenas aos consumidores, mas às desenvolvedoras e publicadoras.



## **ABSTRACT**

The present work intended to contextualize the problem, raising legal aspects throughout its development, in order to, in the final chapter, elaborate a proposal. Starting from the analysis of the dynamic construction about the definition of what the game is and its role in the Society development, a critical view of the idea of materiality was presented to justify, further on, the reflexes of the game outside the magic circle. From the notion of game as a socio-cultural phenomenon, the definitions and synonyms attributed to electronic games were exposed along with the respective political, cultural, social and legal implications, in addition to the legal framework as a service. After drawing the context of the games, the microtransactions and their due patrimonial and off-balance sheet reflexes were studied in order to analyze the situation of the random reward systems called loot boxes. These systems arouse controversy both for the mechanism, which has hidden risks and resembles games of chance, and for the impacts identified on players. Deep in the loot boxes, the virtual consumption of electronic games was studied, the impacts on the consumption of digital assets, the applicable rules and the apparent gaps in the Consumer Defense Code were questioned. With all related topics properly presented, the market failure related to information asymmetry and the reference of Behavioral Economic Theory were used to propose regulatory measures as a way to provide greater security not only to consumers, but to developers and publishers.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Maiores receitas com microtransações e bens digitais no mercado de jogos eletrônicos

Tabela 2 – Quatro principais características das *loot boxes*

Tabela 3 – Categorias das *loot boxes*

Tabela 4 – Características de jogos de azar presentes em 22 jogos lançados entre 2016 e 2017.

Tabela 5 – Proposta de classificação das categorias de *loot boxes* para fins regulatórios

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Abragames	Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos
ANCED	Associação Nacional dos Centros de Defesa da Criança e do Adolescente
Ancine	Agência Nacional de Cinema
B2B	<i>Business to business</i>
B2C	<i>Business to consumer</i>
CBO	Código Brasileiro de Ocupações
CC	Código Civil
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
COPPA	Lei de Proteção à Privacidade Online das Crianças nos Estados Unidos
C2C	<i>Consumer to consumer</i>
DLC	<i>Downloadable content</i>
GaaS	<i>Game as a service</i>
GDPR	<i>General Data Protection Regulation</i>
FPS	<i>First person shooter</i>
F2P	<i>Free to play</i>
FTP	<i>Free to play</i>
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
MCI	Marco Civil da Internet
MJSP	Ministério da Justiça e Segurança Pública
MMORPG	<i>Massive multiplayer online role playing game</i>
MOBA	<i>Multiplayer online battle arena</i>
PC	<i>Personal computer</i>
PSN	<i>Play Station Network</i>
OMPI	Organização Mundial de Propriedade Intelectual
ONU	Organização das Nações Unidas
RPG	<i>Role playing game</i>

## SUMÁRIO

<b>Introdução</b>	13
<b>1. Definindo os jogos eletrônicos</b>	15
<b>1.1. O estudo dos jogos</b>	16
<b>1.1.1. A construção da noção de jogo na sociedade contemporânea</b>	16
<b>1.1.1.1. A materialidade do jogo</b>	21
<b>1.1.2. Jogos eletrônicos ou jogos digitais: definições e a busca por uma terminologia adequada para fins regulatórios</b>	24
<b>1.1.3. Outros conceitos relevantes nos jogos eletrônicos</b>	27
<b>1.2. Breve histórico sobre o mercado de produção de jogos eletrônicos</b>	30
<b>1.2.1. O aspecto político</b>	34
<b>1.2.2. O aspecto cultural</b>	35
<b>1.2.3. O aspecto social</b>	37
<b>1.2.4. O aspecto jurídico</b>	38
<b>2. O consumo de jogos eletrônicos</b>	41
<b>2.1. Fatores marcantes da sociedade de consumo</b>	41
<b>2.1.1. O Código de Defesa do Consumidor na tutela dos bens digitais</b>	44
<b>2.1.1.1. O direito ao arrependimento no consumo de bens digitais</b>	49
<b>2.1.2. A posse virtual: a relação entre o consumo bens digitais e os direitos de propriedade intelectual</b>	51
<b>2.2. Jogos eletrônicos: produto ou serviço?</b>	55
<b>2.2.1. A evolução do produto ao serviço no mercado de jogos eletrônicos</b>	55
<b>2.2.2. A tributação de software de acordo com o entendimento da ADI 5659</b>	58
<b>2.3. A privacidade e proteção de dados nos jogos eletrônicos</b>	60
<b>2.4. O consumidor de jogos eletrônicos</b>	64
<b>2.5. Compilado da literatura especializada sobre o transtorno envolvendo jogos eletrônicos</b>	74
<b>3. Monetização do lazer: as múltiplas formas de transformar jogos em dinheiro</b>	81
<b>3.1. As microtransações nos jogos eletrônicos</b>	82
<b>3.1.1. As microtransações no mercado: implicações práticas</b>	83
<b>3.1.2. As microtransações em números: a expressão do método na receita das empresas</b>	85
<b>3.2. Outras noções afetas à monetização de jogos eletrônicos</b>	90
<b>3.3. Novas formas de monetização: gamificação, jogos NTF e metaverso</b>	91
<b>4. Estudo dos mecanismos de recompensa aleatória conhecidos como <i>loot boxes</i></b>	97
<b>4.1. O que são as <i>loot boxes</i></b>	97
	11

4.2. Riscos ocultos, heurísticas e motivações	106
4.3. A relação das <i>loot boxes</i> com jogos de azar	111
4.4. Paralelos relevantes	117
4.5. Aspectos psicológicos: a relação com transtornos em jogos eletrônicos e vícios	122
5. Os caminhos para a regulação das <i>loot boxes</i>	128
5.1. Status regulatório dos jogos de azar no Brasil	131
5.1.1. A proibição de jogos de azar no Brasil	131
5.1.2. As propostas para regulamentação dos jogos de azar	133
5.1.3. A regulamentação das loterias	137
5.1.4. Apostas virtuais	139
5.2. Status regulatório das <i>loot boxes</i> no mundo	140
5.3. A regulamentação das <i>loot boxes</i>	145
5.3.1. A Teoria Econômica Comportamental e a assimetria informacional: argumentos em prol da regulamentação das <i>loot boxes</i>	147
5.4. Propostas para a regulamentação das <i>loot boxes</i> no Brasil	155
5.4.1. Propostas para a adequação do Código de Defesa do Consumidor para o consumo de bens virtuais	157
5.4.2. O Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais como forma de assegurar maior proteção aos consumidores menores de idade	159
5.4.3. Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP)	160
5.4.4. Medidas de autorregulamentação	162
6. Conclusão	164
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	165
REFERÊNCIAS DOS JOGOS	183
ANEXO I	186

## Introdução

Os jogos em si, sobretudo jogos eletrônicos, são elementos sócio-culturais que têm feito parte do desenvolvimento da sociedade. A indústria de jogos eletrônicos se beneficiou com as facilidades comunicacionais possibilitadas pela internet, o que fez com que essas empresas utilizassem, a seu favor, as vantagens do acesso global a tecnologias e recursos, provocando a especialização da cadeia de valor.

O mercado de jogos acabou se tornando um elemento relevante da Quarta Revolução Industrial marcada pela tecnologia, conectividade e datatificação, além do imediatismo e do consumo *on-demand*. Atualmente esse mercado que movimentava bilhões e cresce exponencialmente, sendo considerada a maior indústria na área de entretenimento.

Nesse contexto, os jogos eletrônicos protagonizam inúmeros debates em torno da dimensão do seu mercado e do crescimento exponencial alcançado ao longo dos anos, principalmente durante o período de isolamento social em decorrência das medidas preventivas adotadas durante a pandemia. Porém, tão importante quanto reconhecer o potencial de receita da indústria é entender o que a faz chegar a essa posição, trazendo uma visão crítica sobre vários de seus aspectos. É importante reconhecer a importância desse setor emergente, ao passo que é de igual relevância refletir criticamente sobre as implicações desse mercado, tendência que já tem ocorrido em outros lugares no mundo.

Há pesquisas na área de comunicação, publicidade, psicologia, administração, filosofia e sociologia, além das áreas que lidam diretamente com tecnologia, como ciência da computação, sistemas de informação e jogos digitais. Existem, no Brasil, diversos grupos de estudos multidisciplinares voltados ao debate e desenvolvimento dos *game studies*.

Na área jurídica houve o surgimento de um sub-ramo do direito que tem sido conhecido como *video game law* ou *gaming law*, o qual abrange a área de contratos, direito internacional, propriedade intelectual, proteção de dados, análise de danos e riscos, direitos antitruste, direito trabalhista e direito do consumidor, este último sendo o escopo desta pesquisa. É uma área ainda tímida no país, mas que vem ganhando cada vez mais adeptos nos últimos anos.

O presente trabalho propõe a análise de um problema, sob a ótica das relações de consumo, que foi identificado a partir dos métodos de monetização de jogos eletrônicos, os quais se valem de recursos tecnológicos para potencializar as receitas das empresas. Um dos mais controversos consiste no uso de mecanismos aleatórios de recompensa e é popularmente conhecido como *loot boxes*.

Nesse sentido, as *loot boxes* são microtransações que ocorrem dentro do ambiente virtual e imersivo dos videogames. Esse método levanta importantes questões sobre consumo desregrado, estímulo a comportamentos repetitivos, vício na oferta e ainda, sintomas semelhantes àqueles das pessoas viciadas em jogos de azar<sup>1</sup>.

Adotou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica e interdisciplinar, nacional e internacional. A pesquisa foi organizada de forma a trazer o contexto do problema para abordar, assim, as suas implicações e por fim, propor soluções possíveis dentro do cenário brasileiro.

O primeiro capítulo é focado na apresentação o estado da arte sobre a definição de jogo eletrônico e outros conceitos comuns no mercado que foram utilizados ao longo dos capítulos. O capítulo seguinte apresenta os jogos eletrônicos sob a perspectiva dos direitos do consumidor, abordando o consumo de bens digitais, a proteção de dados pessoais e os direitos de propriedade intelectual. Com o contexto delimitado, o capítulo terceiro trata das microtransações e seus aspectos legais, além de uma análise crítica sobre as diversas formas de monetização do lazer. O próximo capítulo aborda as *loot boxes* propriamente ditas, a relação com jogos de azar, os riscos e alguns paralelos relevantes que são muitas vezes utilizados como argumento para não regulamentação. Por fim, o último capítulo apresenta o cenário regulatório das *loot boxes* no mundo, o *status* legal dos jogos de azar no Brasil e, a partir da assimetria informacional, propõe medidas regulatórias inspiradas na teoria econômica comportamental.

---

<sup>1</sup> Para fins de introdução ao tema na defesa da dissertação, foi preparado um vídeo apresentando, com exemplos, o que são as *loot boxes*. O material pode ser acessado no link: <https://youtu.be/Kk7T-urPn3g>.

## 1. Definindo os jogos eletrônicos

Desde a criação, na década de 1940, de um equipamento a partir de raios catódicos até, nos dias atuais, do desenvolvimento de tecnologias de realidade virtual, os jogos eletrônicos caminham ao lado da história da própria sociedade. Sem intenção de tecer uma evolução história dos jogos eletrônicos, assunto amplamente debatido nos mais diversos estudos de *game studies*, nesse capítulo introdutório tem por escopo apresentar um panorama teórico dos jogos eletrônicos.

Para entender como essa indústria se organiza, parte-se de três pilares básicos<sup>2</sup>, inter-relacionados e divididos em subsetores. São eles: o *hardware*, infraestrutura e *software*.

Considera-se *hardware* é o suporte físico do *software*. Consiste no conjunto de equipamentos que podem ser formados tanto por produtos e seus respectivos componentes, quanto pelas plataformas físicas em que os jogos são processados, como computadores, consoles de videogames domésticos (comumente chamados apenas de “consoles”, como o *PlayStation* da *Sony*) e plataformas *mobile* (compostos, em geral, por *smartphones*)<sup>3</sup>.

A infraestrutura diz respeito aos mecanismos de suporte para distribuição, com o *hardware* e os serviços relacionados ao jogo para o usuário final, no caso, o jogador. Envolve desde as operadoras de telefonia e internet banda larga até redes varejistas, extração de matéria prima e manufatura.

---

<sup>2</sup> WOODCOCK, Jamie. Marx no fliperama: videogames e luta de classes. Trad. Guilherme Cianfarani. Editora Autonomia Literária. 1ª ed. 2020

<sup>3</sup> Tomaselli faz uma divisão didática para explorar aspectos de cada ponto dessa indústria, incluindo, por exemplo, consoles portáteis (que seriam, por exemplo, *Nintendo* DS, GameBoy, PSP), telefones celulares, arcades (equipamentos exclusivos para processar vídeo game, de uso comercial) e a TV Digital. No projeto houve citação de apenas parte desse Hardware listado, considerando que a pesquisa proposta abrange produtos desenvolvidos para consoles domésticos ou aparelhos portáteis. TOMASELLI, F. T.; DI SERIO, L. C.; OLIVEIRA, L. H. **Fatores Críticos para o Sucesso no Mercado de Videogames Domésticos: Sony e Microsoft na Batalha Pelo Domínio da Sala de Estar**. Anais do XXXIII EnANPAD. Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.



Já o *software*, de acordo com o art. 1º da Lei 9.609/98, é a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em *hardware*. Diz respeito às ferramentas de programação como *Unity* e *Unreal Engine*, publicadoras<sup>4</sup>, lojas virtuais, ativos digitais e jogos eletrônicos propriamente ditos. Nesse contexto, serão apresentados estudos que contribuem para a compreensão da noção de jogo para reforçar o seu valor além de mero objeto de consumo, trazendo, ao final, conceitos relevantes para auxiliar na delimitação do escopo da pesquisa desenvolvida.

## **1.1. O estudo dos jogos**

### **1.1.1. A construção da noção de jogo na sociedade contemporânea**

Os jogos eletrônicos emergem como catarse social, ultrapassando a expectativa de mera diversão para se tornar um dos maiores expoentes da cultura pós-moderna. Jogos eletrônicos consistem em um gênero de jogo e partem, por isso, das características trazidas ao longo deste capítulo para agregar novos elementos, daí a escolha em começar o estudo a partir da análise do jogo em si.

Existe farta literatura que permite entender como o jogo funciona, os seus elementos e como ele se intercomunica com a sociedade, todavia as pesquisas acadêmicas lidam com a falta de consenso na delimitação precisa do conceito de jogo em si. Os estudos abrangem autores relevantes elencando características formais, os reflexos na cultura e na sociedade até se chegar a um desenho do que pode ou não ser considerado jogo.

Definir o que é jogo continua, então, sendo uma das árduas tarefas no estudo de jogos, Além da polissemia da palavra<sup>5</sup>, há ainda uma característica peculiar da língua portuguesa em que “jogo” enquanto substantivo ou verbo remete a ideias mais delimitadas que o “*play*” e “*game*” da língua inglesa, por exemplo<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Tradução para *publishers*, são empresas responsáveis pelo marketing, gerenciamento, financiamento e/ou comercialização dos jogos e pelo relacionamento das empresas desenvolvedoras com os donos das plataformas.

<sup>5</sup> RETONDAR, Jeferson José Moebus. Teoria do jogo: a dimensão lúdica da existência humana. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. P. 5.

<sup>6</sup> Huizinga dedica o capítulo introdutório a explorar a etimologia da palavra em vários idiomas e entender o contexto em que são aplicadas.

É importante deixar claro que este trabalho não pretende apresentar uma definição própria: o objetivo é partir dos conceitos apresentados para delimitar o escopo da pesquisa e propor um distanciamento do que são entendidos como jogos de azar. Afinal, trazendo a controvérsia para o objeto da pesquisa, indaga-se se um jogo eletrônico perde a sua essência quando existem nele microtransações ou ainda, quando possui elementos de jogos de azar que manipulam as escolhas dos consumidores e a sua liberdade em voluntariamente permanecer no ambiente de jogo.

Para estudar o conceito de jogo, o ponto de partida é a *triforce* dos jogos. O termo foi apropriado por Suely Fragoso<sup>7</sup> para se referir aos três pioneiros - e principais - autores que refletem sobre a essência e o papel dos jogos para então defini-los: Huizinga<sup>8</sup>, Caillois<sup>9</sup> e Gadamer.

Johan Huizinga, historiador e linguista, publicou a mais importante obra sobre o assunto em 1938, "*Homo Ludens*", analisando a origem do jogo e a relação com a evolução da sociedade. O livro representou importante marco no estudo dos jogos ao considerá-lo como aspecto fundamental da cultura<sup>10</sup>, um fenômeno natural e elemento de desenvolvimento da sociedade, concluindo que é no jogo e pelo jogo que a civilização surge e se desenvolve. Para Huizinga

[...] o jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da "vida cotidiana"<sup>11</sup>.

---

<sup>7</sup> O estudo é feito no capítulo do livro "A triforce dos estudos de jogos", a partir da página 21. O nome teve inspiração na franquia A Lenda de Zelda, da *Nintendo*, e se por um lado simboliza, em três triângulos dourados, as três grandes deusas que partiram para o céu e deixaram uma marca no mundo, no estudo de jogos a palavra foi utilizada para se referir aos três autores pioneiros no assunto.

<sup>8</sup> HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. Trad. João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2005. P. 32.

<sup>9</sup> CAILLOIS, Roger. *Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem*. Tradução: Maria Ferreira. Revisão Técnica da tradução: Tânia Ramos Fortuna. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2017.

<sup>10</sup> Huizinga observa que o jogo é fenômeno que antecede a própria cultura ao observar que animais também brincam - embora possivelmente com propósitos distintos dos homens. (p. 4).

<sup>11</sup> HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. Trad. João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2005. P. 35.

Identifica-se, a partir daí, quatro características: o jogo é uma atividade voluntariamente praticada, não imposta por nenhuma necessidade física ou dever moral<sup>12</sup>; está inserido numa esfera temporária de atividade evadindo-se da vida real; é limitação de tempo e de espaço em contraponto à vida comum; é atividade que cria ordem e passa a ser essa própria ordem; é formado por um conjunto de regras válidas dentro desse mundo circunscrito para mediar as relações intersubjetivas; e por fim, é atividade ilustrada com um ar de mistério<sup>13</sup>. Além das características formais elencadas, há ainda elementos informais como a tensão, a incerteza, o acaso, o prazer, o espírito lúdico, dentre outros<sup>14</sup>.

Com base nisso, Huizinga propõe a ideia de “círculo mágico”, uma abstração que parte da noção de um mundo temporário destinado ao jogo com regras que lhe são próprias. Para o autor, o jogo é uma ação destituída de interesse material, o que desconsidera, por exemplo, jogos de azar, estes cujo propósito nuclear é calcar na mente dos jogadores a possibilidade, ainda que remota, de se obter vantagens que tenham valor fora do círculo.

O sociólogo Roger Caillois trouxe uma nova perspectiva do jogo dentro da sociedade a partir das ideias criadas por Huizinga. O foco de Caillois era a sociologia a partir do jogo, ou seja, a relação dos jogos com o processo civilizatório, o que influenciou na construção de uma noção mais centralizada do jogo e dos modos de jogar. Isso é, até hoje, referência para estudo<sup>15</sup>.

O autor define os jogos a partir dos seguintes elementos formais: atividade livre, separada do mundo físico, incerta - ou seja, arriscada -, improdutiva, pautada em regras, e por fim, ficcional, ou seja, oferecem um simulacro em relação ao mundo físico. Para o autor, o jogo é uma ação isolada da vida, estéril (se opondo à ideia de produtividade) e necessita de espaço próprio, ainda que simbólico.

---

<sup>12</sup> EVANGELISTA, Vitor de Moraes Alves; LEPRE, Rita Melissa. **Do homo ludens ao homo virtualis: os jogos eletrônicos na contemporaneidade**. Revista de Psicologia da Criança e do Adolescente, V. 9. 2018.

<sup>13</sup> As características citadas podem ser encontradas no livro de Huizinga, páginas 10-16.

<sup>14</sup> RETONDAR, Jeferson José Moebus. Teoria do jogo: a dimensão lúdica da existência humana. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. P. 23.

<sup>15</sup> FRAGOSO, Suely; AMARO, Mariana. Introdução aos estudos dos jogos [recurso eletrônico]. Salvador: EDUFBA, 2018. P. 21.

Importa chamar atenção que neste trabalho optou-se em não utilizar o termo “mundo real” em contraponto ao “mundo digital”. Isso porque a realidade não é pautada apenas pela tangibilidade. Os dados que produzimos são expressão da nossa personalidade jurídica e integram nossa identidade, logo, o mundo digital também é parte do mundo real na sociedade da informação. Adotou-se, então, “mundo físico” e “mundo digital” até mesmo na transcrição de posicionamento dos autores citados, tudo com o intuito de evitar redundância.

Por mais lucrativo que o jogo seja, ainda assim será rigorosamente improdutivo na visão de Caillois. De acordo com o autor, todo jogo é um sistema de regras as quais definem o que ele é ou o que não é, e essas regras, se equilibradas, são arbitrárias e invioláveis dentro desse espaço. O jogo inspira a manutenção das regras e se mantém pelas regras, razão pela qual só tem sentido nele mesmo<sup>16</sup>.

Caillois aprimora a construção teórica do jogo e elabora quatro atributos: jogos de competição (*âgon*), jogos de sorte (*alea*), jogos de simulacro (*mimicry*) e jogos que extraem prazer da vertigem ou do pânico momentâneo (*ilinx*). Essa classificação fundamenta a distinção dos tipos de jogos como, por exemplo, a separação entre jogos de sorte e jogos competitivos. Para o autor, aqueles de sorte são meramente especulativos e nada do que for feito vai interferir no resultado já que há presença marcante do acaso. O acaso está presente em todos os tipos de jogo, embora mais acentuado naqueles orientados pela sorte: “o papel do dinheiro nos jogos de *alea* é tanto mais valorizado quanto maior for no jogo a presença do acaso”<sup>17</sup>. É o que Salen e Zimmerman chamam de artificialidade do jogo.

O jogo pressupõe a vontade de ganhar ao se utilizar dos recursos disponíveis e não proibidos da melhor forma possível, maximizando sua eficiência, além da capacidade de lidar com a aceitação de eventual fracasso, falta de sorte ou fatalidade<sup>18</sup>. Porém, dada a sua natureza, o jogo não é definido pela intenção de vitória ou do prazer que ela proporciona ou pelo enfrentamento ao fracasso obtido.

---

<sup>16</sup> CAILLOIS, Roger. Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem. Editora Vozes, 1º ed. 2017. Petrópolis, RJ. P. 19 e 37.

<sup>17</sup> RETONDAR, Jeferson José Moebus. Teoria do jogo: a dimensão lúdica da existência humana. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. P. 45.

<sup>18</sup> CAILLOIS, Roger. Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem. Editora Vozes, 1º ed. 2017. Petrópolis, RJ. P. 25.

Por fim, Hans Georg Gadamer<sup>19</sup>, filósofo, dispôs-se a entender o jogo a partir de uma experiência estética. Seus estudos são alinhados com muitos pontos de Huizinga - principalmente a respeito do círculo mágico - e, embora pouco focados na definição em si, refinaram a relação entre jogador e jogo. Para Gadamer, existe uma seriedade própria do jogo dentro do círculo mágico que lhe é intrínseca, o que é diferente do prazer do jogador que vê o ato de jogar como não sério. Essa propriedade reforça aquilo que Caillois diz a respeito da imperiosidade das regras dentro do jogo, que são a sua própria essência.

Os três autores são, atualmente, referência teórica para entender o papel do jogo na sociedade, construir elementos para uma definição geral e aprimorá-la a partir do contexto de uma sociedade imersa na tecnologia. A seguir serão trazidos estudos que desenvolvem suas conceituações a partir dos trabalhos da *triforce*.

Katie Salen e Eric Zimmerman<sup>20</sup>, inspirados em Huizinga, defendem a existência de um significado a partir da relação entre o ato de jogar e as respostas dessa ação, o que denominam “*meaningful play*”. De acordo com os autores, jogar é uma experiência visual, olfativa e auditiva, é sobre sentir emoções, mover o corpo, comunicar-se com outros jogadores, é sobre ultrapassar camadas normais do pensamento<sup>21</sup>. Isso ajuda a entender que os jogos, sobretudo eletrônicos, ultrapassam uma mera forma de lazer passivo, como filmes, e colocam o jogador diante de uma vivência sensorial única e imersiva. Por isso os jogos devem ser analisados por sua própria ótica, e não sob a perspectiva comum às outras formas de entretenimento.

Para Retondar<sup>22</sup>, o jogo é, antes de tudo, “uma ação humana pautada por uma intenção que se justifica por si mesma sob o pano de fundo do universo imaginário, balizado por regras” as quais, mesmo sendo absolutas dentro daquele contexto, podem ser modificadas em função da necessidade dos jogadores. Essas regras, segundo o autor, servem para mediar as relações intersubjetivas adequadas às

---

<sup>19</sup> RETONDAR, Jeferson José Moebus. Teoria do jogo: a dimensão lúdica da existência humana. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

<sup>20</sup> SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. Rules of play: game design Fundamentals. 2004. Massachusetts Institute of Technology. P. 34-35.

<sup>21</sup> Os autores desenvolvem a ideia do “*meaningful play*” ao longo do terceiro capítulo do livro, que remete à ideia que o relacionamento entre ações e resultados em um jogo são distinguíveis e integrados dentro de um contexto maior, algo emocional ou psicológico. Com isso os autores transcendem a noção do ato de jogar, elevando a uma categoria mais significativa que uma mera relação de lazer. Idem. P. 34 e 314.

<sup>22</sup> RETONDAR, Jeferson José Moebus. Teoria do jogo: a dimensão lúdica da existência humana. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. P. 10, 23 e 37.

necessidades e possibilidades dos jogadores e as condições físicas e geográficas do espaço do jogo.

Xavier<sup>23</sup> aponta que, no contato com um jogo eletrônico, somos apresentados a inúmeras metáforas que passam a compor as engrenagens simbólicas que incentivam a interação do jogador. Enquanto Huizinga considera o jogo como intrínseco à história da civilização, Xavier o vê de forma contextual na sociedade contemporânea.

Os jogos eletrônicos possuem regras determinadas e são, em vários casos, pautados pela materialidade. Isso pode ocorrer, por exemplo, demandam ou oportunizam ao jogador a possibilidade de melhorar uma habilidade ou aparência no jogo a partir da aquisição de itens digitais com reflexos econômicos reais. Ademais, em termos de microtransações e *loot boxes*, o debate é indissociável da associação com jogos de azar e dos problemas com vício e dependência, o que está no limiar do círculo mágico e por vezes o ultrapassa. Essa materialidade e o rompimento do círculo mágico descaracterizam a noção de jogo para Huizinga, mas consistem, por outro lado, em inevitável caminho que os jogos eletrônicos alcançaram e, nem por isso, deixam de ser o que são.

#### **1.1.1.1. A materialidade do jogo**

Se para Huizinga o jogo consiste numa ação desprovida de qualquer interesse material, Caillois vai ao sentido oposto para defender a materialidade como característica elementar. De acordo com o sociólogo<sup>24</sup>, o jogo pode ser extremamente lucrativo despertando interesse de ordem econômica, seja jogos de azar, jogos competitivos com prêmios em dinheiro, loterias, entre outros, mas isso não retira a sua improdutividade. Especificamente nos jogos de azar, há o deslocamento de recursos em que a soma de ganhos é igual à soma da perda de outros jogadores, mas todos os demais elementos continuam existindo.

---

<sup>23</sup> XAVIER, Guilherme. A condição eletrolúdica: cultura visual nos jogos eletrônicos. 2ªed. Niteroi: RJ. Neolabore, 2017. P. 195.

<sup>24</sup> CAILLOIS, p. 37.

Roberts<sup>25</sup>, a partir de uma leitura marxista de Huizinga, defende que não importa o quanto seja trazida para outros contextos, o ato de jogar será sempre um contraponto com as diversas formas de organização de trabalho, e o trabalho é, por natureza, uma atividade isenta de liberdade<sup>26</sup>. Em outros termos, não há como o trabalho ser associado com o lazer trazido pelo jogo, sob pena de descaracterizar o jogo em si. Isso, contudo, não afasta o caráter material do jogo, principalmente quando podem haver consequências, fora dos seus limites, para a vida das pessoas, tal como ocorre com os jogos de azar.

Em contraponto à Huizinga, Caillois entende que a relação com benefícios materiais não descaracteriza o jogo. Segundo o autor: “o jogo é ocasião do gasto puro: de tempo, de energia, de engenhosidade, de destreza e, muitas das vezes, de dinheiro - para a compra dos acessórios do jogo ou para pagar eventualmente o aluguel do local”<sup>27</sup>. Logo, jogos de azar podem ser, de fato, considerados jogos na essência da palavra, desde que consideradas algumas ressalvas. Isso porque jogos de azar, igualmente improdutivos, contam com uma ação livre do jogador exercida dentro de um espaço determinado, sujeitas a regras imperiosas e arbitrariamente estabelecidas, atraem jogadores interessados na repetição e estes relegam, ao destino, o resultado da partida<sup>28</sup>.

A materialidade do jogo não lhe retira o caráter de artificialidade, embora possa parecer que sim. O círculo mágico continua existindo, as regras se mantêm absolutas dentro do espaço-tempo e podem, eventualmente, gerar reflexos além deste limite.

---

<sup>25</sup> ROBERTS, Michael J.. The politics of playtime: reading Marx through Huizinga on the desire to escape from ordinary life. *American Journal of Play*, Vol. 11. n. 1. P. 44-64. 2018.

<sup>26</sup> Naquilo que denomina como dinâmica da “*politics of playtime*”, lembra o autor que Marx já falava em “tempo de vida” em oposição ao “tempo de trabalho”.

<sup>27</sup> CAILLOIS, p. 36-37. Apenas a título de complemento, mais adiante no livro, Caillois define quatro classificações para os jogos a partir da sua função perante os jogadores: *agôn* (jogos de competição), *alea* (jogos de azar), *mimicry* (jogos de simulação) e *ilinx* (jogos de vertigem).

<sup>28</sup> CAILLOIS, p. 278. As considerações de Caillois sobre jogos de azar serão aprofundadas no decorrer desse estudo.

Em determinados tipos de jogos ocorre uma degeneração do círculo na medida em que os códigos de conduta da vida cotidiana cedem espaço a modos de ação e pensamento oriundos de atividades lúdicas, e em que as pessoas transferem tempo e energia de atividades sérias e começam a ser motivadas a buscar jogos eletrônicos por razões escapistas<sup>29</sup>. É o que ocorre com o metagame<sup>30</sup> e é também uma das justificativas utilizadas, principalmente por Jane McGonigal<sup>31</sup>, para o uso de realidade aumentada, realidade virtual e gamificação.

De acordo com Evangelista e Lepre<sup>32</sup>, quando o jogador é incorporado ao herói virtual, se vendo provido de novas habilidades, força sobre-humana e outras características que o permite vivenciar a ficção de uma forma ativa. O jogo eletrônico, afinal, não é um mero reproduzidor de uma linguagem: os jogos criam uma linguagem própria a partir de um espaço diegético com interação por meio de uma tela, com controle de avatares criando uma experiência individual mediada dentro de uma audiência de massa<sup>33</sup>.

A materialidade, hoje, está fortemente atrelada à ideia contemporânea de jogo. Caillois já falava a respeito e no decorrer da recente história dos jogos eletrônicos, existem inúmeros exemplos que demonstram como a ideia de jogo parte da base construída por Huizinga, mas evoluiu para agregar outros aspectos.

Um comportamento estimulado dentro do ambiente do jogo não reflete necessariamente em estímulo a esse mesmo comportamento no mundo físico, em se tratando de violência. Em que pese a naturalização da violência nos jogos<sup>34</sup>, inexistem fatos suficientes para associar o contato com videogames violentos ao comportamento agressivo fora do jogo<sup>35</sup>.

---

<sup>29</sup> CRUZ JUNIOR, Gilson. Vivendo o jogo ou jogando a vida? Notas sobre jogos (digitais) e educação em meio à cultura ludificada. Revista Brasileira de Ciências do Esporte. 2017, 39 (3). 226-232.

<sup>30</sup> Metagame parte da ideia de metalinguagem, de um jogo fora do jogo baseado rompendo com a lógica do jogo ao escapar da autonomia formal das regras e conferir fatores práticos e materiais ao jogo. Pode ser verificado quando existem elementos do jogo Super Mario dentro do jogo Meat Boy. BOLUK, Stephanie; LEMIEUX, Patrick. Playing, Competing, Spectating, Cheating, Trading, Making, and Breaking the videogames. University of Minnesota Press. 2017. P. 28.

<sup>31</sup> MCGONIGAL, Jane. Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World. Penguin, London, 2011.

<sup>32</sup> EVANGELISTA, Vitor de Morais Alves; LEPRE, Rita Melissa. Do homo ludens ao homo virtualis: os jogos eletrônicos na contemporaneidade. Revista de Psicologia da Criança e do Adolescente, 9,. (2018). P. 133-152

<sup>33</sup> LUZ, Alan Blücher da. **Video games: história, linguagem e expressão gráfica**. 2010. Editora Edgard Blücher Ltda.

<sup>34</sup> FINAL LEVEL CAST. #51: os jogos precisam ser violentos? Podcast. 13/01/2021. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/74cA6JGqslG4J5emvhqPJ9?si=jLhUux9NRkGvGZjIQtgTVw>. Acesso em: 21 fev. 2021.

<sup>35</sup> PRYBYLSKI, Andrew K.; MISHKIN, Allison F. How the Quantity and Quality of Electronic Gaming Relates to Adolescents' Academic Engagement and Psychosocial Adjustment. Janeiro, 2015. Psychology of Popular Media Culture 5(2). Washington, DC.



Porém, existe evidência científica que o contato excessivo com jogos eletrônicos pode trazer reflexos tanto patrimoniais quanto extrapatrimoniais fora do círculo mágico. Pode, por exemplo, afetar a atenção e a impulsividade de crianças e adolescentes, segundo pesquisa feita por Gentile *et al*<sup>36</sup>, ou podem estimular jogadores a dispor de recursos financeiros para adquirir, perder ou pegar de outros jogadores determinados itens dentro do jogo<sup>37</sup>.

Existem também os *streamers*<sup>38</sup> e jogadores profissionais de *e-sports*<sup>39</sup>, que não apenas jogam de forma séria como recebem ganhos financeiros e materiais pelo exercício da profissão. Ainda, jogadores podem ser vítimas de danos morais e materiais quando se deparam com decisões arbitrárias de desenvolvedoras que afetam o consumo. Em todos os casos, a materialidade tem sido elementar aos jogos eletrônicos, refletindo na opacidade das barreiras do círculo mágico. Esse pressuposto é essencial para entender a experiência material dos jogos, suas variações e seus impactos na sociedade.

### **1.1.2. Jogos eletrônicos ou jogos digitais: definições e a busca por uma terminologia adequada para fins regulatórios**

Determinar a diferença entre jogos eletrônicos e jogos digitais tem relevância para fins de técnica legislativa, ponto em que essa pesquisa necessariamente vai convergir. Para eleger a terminologia mais adequada, foi realizado levantamento literário e normativo para entender tanto o uso em inglês quanto em português.

---

<sup>36</sup> GENTILE, Douglas A.; SWING, Douglas L.; LIM, Choon Guan; KHOO, Angeline. **Video game playing, attention problems, and impulsiveness: evidence of bidirectional causality**. *Psychology of Popular Media Culture*. 2012. Vol. 1, n. 1. P. 62-70.

<sup>37</sup> Um exemplo para o caso é o jogo *Scape from Tarkov*, produzido pela Battlestate Games Limited, em que os jogadores compram, com dinheiro real, itens dentro do jogo que simula um campo de batalha inspirado em uma guerra atual. Quando o jogador morre dentro de uma partida, seus itens podem ser resgatados por outros jogadores que permanecerem vivos. Assim, os itens que o jogador morto comprou são perdidos e transferidos ao inventário dos jogadores que tiverem achado o “corpo” e pegado os mesmos itens. Decorre, assim, da própria regra do jogo que qualquer ativo virtual adquirido não estará vinculado à conta do jogador adquirente, mas sim àquele que o possui (seja comprando ou pegando de outros). Mais informações podem ser obtidas em: <https://www.escapefromtarkov.com/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

<sup>38</sup> TORHONEN, Maria; GIERTZ, Johann; WEIGER, Welf H.; HAMARI, Junho. *Streamers: the new wave of digital entrepreneurship? Extant corpus and research agenda*. *Electronic Commerce Research and Applications* 46 (2021). Elsevier.

<sup>39</sup> Por analogia, são considerados atletas profissionais de acordo com a Lei Pelé (Lei n. 9.615/98).

Nicolas Esposito<sup>40</sup> define *videogame* como um jogo que é utilizado graças a um aparato audiovisual e o qual pode ser baseado em uma história, conectando elementos de jogo, interatividade e narrativa. O autor ressalta que um *videogame* é, antes de tudo, um jogo na essência da palavra, tal qual estudado por Huizinga e Caillois.

Em inglês é comum ver o uso de *videogames* ou *games*<sup>41</sup> para se referir àquilo que aqui pode ser chamado de jogos eletrônicos ou digitais. A palavra *videogame* é reconhecida na língua portuguesa e encontra-se definida no dicionário Michaelis<sup>42</sup>:

1. Jogo em que imagens e sons aparecem numa tela de televisão ou de computador desafiando o usuário a manipulá-las eletronicamente, a tomar decisões rápidas e/ou a responder a perguntas e desafios exibidos na tela; videojogo.
2. Videocassete, CD-ROM ou qualquer suporte apropriado com gravação de jogo eletrônico; *game*.

Apesar da etimologia estrangeira, no país os dois significados são utilizados, mas o segundo prevalece em termos de mercado consumidor. Guilherme Cianfarani, tradutor da edição brasileira de Marx no Fliperama, explicou em nota<sup>43</sup> que, embora Woodcock tenha utilizado “videogame” como referência a um jogo eletrônico, no Brasil o mesmo termo se refere ao *hardware* (console), razão pela qual preferiu utilizar o termo “jogo eletrônico” em razão da sua abrangência conceitual<sup>44</sup>.

Guilherme Xavier<sup>45</sup> se refere a jogo eletrônico como algo além da computação, pois não trata apenas do jogo em si enquanto ação fugaz da ociosidade, mas também como um “conjunto de circuitos e atividades responsáveis pela existência de processos eletrônicos” os quais o jogo utiliza para se estabelecer como discurso.

Miranda e Stadzisz<sup>46</sup> adotam o termo “jogo digital” para definir a

---

<sup>40</sup> ESPOSITO, Nicolas. A short and simple definition of what a videogame is. Conference Paper - DIGRA 2005.

<sup>41</sup> O uso dessas palavras pode ser encontrado em todas as referências utilizadas neste trabalho publicadas em língua inglesa.

<sup>42</sup> **Dicionário Brasileiro da língua portuguesa**. Michaelis online. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?id=YkXVd>. Acesso em: 14 març. 2021.

<sup>43</sup> WOODCOCK, Jamie. Marx no fliperama: videogames e luta de classes. Trad. Guilherme Cianfarani. Editora Autonomia Literária. 1ª ed. 2020. P. 35.

<sup>44</sup> Woodcock explica que mesmo no inglês não há consenso entre *videogame*, *video-game* ou *video game*, mas a própria terminologia é interessante enquanto objeto de estudo. Idem. P. 35/36.

<sup>45</sup> XAVIER, Guilherme. A condição eletrolúdica: cultura visual nos jogos eletrônicos. 2ªed. Niterói: RJ. Neolabore, 2017. P. 13.

<sup>46</sup> MIRANDA, Frederico S.; STADZISZ, Paulo C. Jogo digital: definição do termo. *In*: SBC Proceedings of SBGames. XVI SBGames – Curitiba – PR – Brazil, November 2nd - 4th, 2017.

[...] atividade voluntária, com ou sem interesse material, com propósitos sérios ou não, composta por regras bem definidas e objetivos claros, capazes de envolver os (as) jogadores (as) na resolução de conflitos e que possui resultados variáveis e quantificáveis. Essa atividade deve ser gerenciada por software e executada em hardware.

Salen e Zimmerman, nas edições em inglês e português, se referem a jogos digitais, ou seja, *digital games*, por conta do suporte de mídia e por isso, uma oposição aos jogos não-digitais. Para os autores, jogos digitais são sistemas que podem conter como elementos software ou hardware e, a depender do contexto cultural, tanto o hardware quanto o software podem ser componentes tão relevantes quanto o próprio jogo, tal como o caso do *GameBoy* da *Nintendo*<sup>47</sup>. Consideram, contudo, que há similaridades entre jogos eletrônicos e digitais e em diversos momentos do livro acabam tratando-os como sinônimos.

Como se vê, jogos eletrônicos e jogos digitais são tratados como sinônimos ou as definições criadas por cada autor acabam coincidindo em diversos aspectos a ponto de poder presumir tratar-se da mesma ideia. Na prática, a diferença pode ter impactos jurídicos, principalmente no campo legislativo, na medida em que os projetos de lei que buscam legalizar jogos de azar virtuais ora os classificam como jogos eletrônicos, jogos digitais ou até jogos virtuais, inserindo todos no mesmo conjunto de jogos devidamente legalizados no país.

O Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP), embora não justifique a escolha, adota o termo “jogos eletrônicos”. É o que diz a portaria MJSP n. 502, de 23/11/2021 que trouxe novas disposições sobre o processo de classificação indicativa, que define jogo eletrônico como:<sup>48</sup>

Art. 3º. XII - jogo eletrônico: obra audiovisual no formato programa ou software que permite ao usuário interagir para fruir a obra em si, sendo pré-instalado no aparelho, vendido ou distribuído gratuitamente no Brasil, por meio de download, streaming ou mídia física.

---

<sup>47</sup> SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of play**: game design Fundamentals. 2004. Massachusetts Institute of Technology. P. 86

<sup>48</sup>MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. Portaria n. 502 de 23 de novembro de 2021. Regulamenta o processo de classificação indicativa de que tratam o art. 74 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, o art. 3º da Lei nº 10.359, de 27 de dezembro de 2001, e o art. 11 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-mjsp-n-502-de-23-de-novembro-de-2021-361633258>. Consulta em: 03 fev. 2022.

São inúmeros os termos com sentido aproximado que são empregados atualmente. Fato é que, seja como *videogames*, *games*, *electronic games* ou *digital games*, ou, conforme adotado com mais frequência na literatura nacional, jogos eletrônicos ou digitais<sup>49</sup>, em todos os casos será uma referência a realidade virtual poderosa sob a perspectiva sensorial que oferece aos jogadores, através do contato com um meio físico direto, formas dinâmicas de interação impossíveis de serem observadas em ambientes não digitais<sup>50</sup>.

Para os fins desta pesquisa, adotou-se o termo “jogos eletrônicos” seguindo a orientação normatizada pelo Ministério da Justiça. Eventualmente, serão trazidos os sinônimos buscando, sobretudo, manter fidedignidade com os textos estrangeiros.

### 1.1.3. Outros conceitos relevantes nos jogos eletrônicos

Como forma de contextualizar a pesquisa, serão apresentados a seguir conceitos populares na indústria de jogos eletrônicos. Assim, para melhor compreender o recorte das microtransações, serão aqui trazidas noções de jogos casuais, jogos sérios, *newsgames*, *exergames*, jogos AAA e jogos independentes.

Os jogos casuais são aqueles caracterizados por baixa complexidade e pequena necessidade de engajamento no sentido de investir em tempo e aprendizado do jogo. São também conhecidos como jogos sociais por apresentar ferramentas de socialização e ter um sentido coletivo<sup>51</sup>. Em contraponto, há os *hardcore games*, tradicionalmente conhecidos como jogos eletrônicos, que geralmente envolvem maior complexidade em termos de *gameplay*, investimento em tempo e recursos<sup>52</sup>.

Clark Abt, autor do livro *Serious Games*, foi um dos primeiros a utilizar o oximoro com um significado próximo ao empregado atualmente. Já nos anos 1970, Abt<sup>53</sup> defendia que:

---

<sup>49</sup> Ao passo que no inglês *videogame* é empregado de forma ampla, no Brasil é adotado para se referir apenas ao instrumento, ao console.

<sup>50</sup> LUCHESE, Fabiano; RIBEIRO, Bruno. Conceituação de jogos digitais. UNICAMP. Disponível em: <https://www.dca.fee.unicamp.br/~martino/disciplinas/ia369/trabalhos/t1g3.pdf>. Acesso em: 12 de maio de 2021.

<sup>51</sup> RECUERO, Raquel. **Jogos e práticas sociais no Facebook: um estudo de caso do Mafia Wars**. In: ANDRADE, Luiz Adolfo; FALCÃO, Thiago (Org.). *Realidade Sintética: Jogos Eletrônicos, Comunicação e Experiência Social*. 1 ed. São Paulo: Scortecci, 2012, v. 1.

<sup>52</sup> TAUSEND, Ulrich. *Casual games and gender*. 2006. Disponível em: <https://tausend-medien.de/research/Casual%20Games%20and%20Gender%20-%20Ulrich%20Tausend.pdf>. Acesso em: 12 de maio de 2021.

<sup>53</sup> ABT, Clark. 1974. *Serious Games*. New York: Viking Press. P. 9.

[...] jogos podem ser jogados de forma séria ou casual. Nossa preocupação com jogos sérios é no sentido que eles têm um propósito educacional explícito e cuidadosamente pensado e não se destinam a serem jogados primariamente por diversão. Isso não significa dizer que jogos sérios não sejam ou não devam ser divertidos.

São jogos que combinam *role-play*, exercícios de política e jogos de negócios e focam no fato de jogos serem usados para propósitos sérios, aprendizado e/ou tomada de decisão<sup>54</sup>. Huizinga<sup>55</sup> defendia não existir antítese entre jogo e seriedade, já que estariam relacionadas à observação das regras do jogo, mas a ideia construída em torno dos jogos sérios parte da consideração destes a partir do seu propósito, mesmo que repletos de elementos ludificados.

Os jogos jornalísticos, ou *newsgames*, transitam dentro dos jogos sérios e sua proposta é trabalhar a informação em formatos lúdicos de comunicação de forma mais interativa e participativa, direcionado aos jogadores de videogames. Surgiram com o intuito de atrair o interesse do público mais jovem para as notícias relevantes do dia a dia e como exemplos, cita-se *Kabul Kaboom* de 2002<sup>56</sup>, *Bury me, my Love* de 2019<sup>57</sup>, e *The Refugee Challenge* de 2014<sup>58</sup>.

---

<sup>54</sup> BARRETEAU, Olivier; ABRAMI, Géraldine; BONTÉ, Bruno; BOUSQUET, François; MATHEVET, Raphaël. Serious games. In: The Routledge Handbook of Research Methods for Social-Ecological Systems. 2021: Routledge. Londres. P. 176.

<sup>55</sup> HUIZINGA, Johan. Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura. Trad. João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2005

<sup>56</sup> Nesse jogo, o jogador controla uma mulher que coleta hambúrgueres voadores enquanto se esquia de ataques aéreos e a ideia do criador Gonzalo Frasca era demonstrar o paradoxo do exército norte-americano que arremessava, de aviões e ao mesmo tempo, bombas e alimentos. O jogo não está mais disponível e as únicas informações a seu respeito vem de sites dedicados à catalogação e arqueologia de jogos. SERIOUS GAMES CLASSIFICATION: Kabul Kaboom. 2002. Disponível em: <https://serious.gameclassification.com/EN/games/1224-Kabul-Kaboom/index.html>. Acesso em: 15 mar. 2022.

<sup>57</sup> O jogo, indicado ao BAFTA Game Awards, conta a perigosa jornada de uma refugiada síria para a Europa. BURY ME, LOVE ME. 2019. Disponível em: <https://burymemylove.arte.tv/>. Acesso em: 15 mar. 2022.

<sup>58</sup> O jogo, criado a pedido do The Guardian, convida o jogador a viver Karima, uma mulher de Aleppo mãe de dois filhos que precisa deixar a Síria. DOMOKOS, John; GRANT, Harriet. The refugee challenge: can you break into Fortress Europe? - interactive. The Guardian. 2014. Disponível em: <https://www.theguardian.com/global-development/ng-interactive/2014/jan/refugee-choices-interactive>. Acesso em: 17 mar. 2022.

Existem ainda os *exergames*, jogos eletrônicos que combinam exercícios físicos com diversão, promovendo a adesão ou progressão de habilidades motoras. Existem estudos que apontam esses jogos como possibilidade segura para melhoria de equilíbrio e controle postural em idosos<sup>59</sup>. Um dos mais populares, atualmente, é o *Ring Fit Adventure*<sup>60</sup>(Nintendo, 2017), o qual utiliza como ferramenta um anel de borracha com o controle do Nintendo Switch acoplado, convertendo os movimentos do corpo em ações dentro do jogo.

Jogos AAA (ou *triple A*) são assim conhecidos por aqueles com mais alto nível em termos de orçamento para o desenvolvimento<sup>61 62</sup> e, por isso, com maior capacidade em atender às expectativas financeiras de investidores do mercado. A nomenclatura foi inspirada no sistema de classificação de crédito de títulos desenvolvido por *Moody's, S&P, and Fitch*<sup>63</sup>.

Não à toa os jogos AAA correspondem aos títulos mais populares entre o público consumidor e são exemplos *God of War* (Santa Monica Studio, 2017), *Elden Ring* (From Software, 2022); *The Legend of Zelda: Breathe into the Wild* (Nintendo, 2017), *Mortal Kombat XI* (NetherRealm Studios, 2019), *Destiny* (Bungie Activision, 2014), *Cyberpunk 2077* (CD Projekt, 2020) e *Halo Infinite* (Xbox Game Studios, 2021). Para se ter uma ideia, *Destiny* figura no topo da lista do jogo mais caro da história para ser produzido, com orçamento de US\$500 milhões de dólares, seguido de *Cyberpunk 2077*, com US\$ 330 milhões<sup>64</sup>.

---

<sup>59</sup> LIMA, Juliana Gabrielle Freire de; ULBRICHT, Leandra; STADNIK, Adriana Maria Wan. EXERGAMES NA PREVENÇÃO DE QUEDA NOS IDOSOS.. In: Anais do I Congresso Brasileiro Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia. Anais...Diamantina(MG) Online, 2020. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/icobicet2020/266205-EXERGAMES-NA-PREVENCAO-DE-QUEDA-NOS-IDOSOS>. Acesso em: 25 mar. 2022.

<sup>60</sup> NINTENDO. Ring Fit Adventure. Disponível em: <https://www.Nintendo.com/store/products/ring-fit-adventure-switch/>. Acesso em: 23 mar. 2022.

<sup>61</sup> HILMAN, Serena; ZAMMITTO, Veronica. Diary methods in AAA games user research. Conference Paper - CHI '16. Maio/2016.

<sup>62</sup> Recentemente tem se popularizado a expressão “Tier 1”, emprestada do universo de jogos competitivos. Costuma-se chamar de jogos *tier 1* aqueles com maior relevância ou popularidade e geralmente é utilizado para jogos conhecidos como AAA. A tradução literal é Nível 1 mas mesmo no Brasil foi o termo em inglês que se popularizou, sendo pronunciado normalmente como *Tier One* ou *Tier Um*. SECK, Tobias. Q1 2021's Most Impactful PC Games: LOL, CS:GO, and Fortnite Stay on Top While COVID-19 Policies Continue to Upset the Ranking. 2021. Disponível em: <https://archive.esportsobserver.com/q1-2021-impact-index/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

<sup>63</sup> BERNEVEGA, Alexander; GEKKER, Alex. **The Industry of Landlords: Exploring the Assetization of the Triple-A Game**. 29/04/2021. Games and Culture 2022, Vol. 17(1) 47–69.

<sup>64</sup> IGN. Os 10 jogos mais caros já feitos. 25/06/2021. Disponível em: <https://br.ign.com/games/90596/story/os-10-jogos-mais-caros-ja-feitos>. Acesso em: 14 dez. 2021.

Em oposição aos jogos *triple A*, há os jogos independentes, também conhecidos como jogos *indie*. São assim considerados como

[...] aqueles produzidos por pequenos grupos, se não por um único indivíduo, responsáveis pela concepção, desenvolvimento e lançamento do jogo. Da pré à pós-produção, o processo inteiro está nas mãos de uma ou de poucas pessoas que, como contrapartida por assumirem a responsabilidade de todo o ciclo produtivo, esperam receber todas as receitas resultantes das vendas e das propagandas nos jogos.

Apesar do número cada vez mais crescente de estúdios e desenvolvedores independentes, o mercado ainda é dominado por grandes empresas como *Sony*, *Microsoft*, *Activision Blizzard*, *Ubisoft* e *Electronic Arts*.

Há também os gêneros de jogos eletrônicos que variam a partir das mecânicas de jogabilidade e podem estar presentes de forma isolada ou conjunta nos videogames. Tomando por referência o relatório da Statista<sup>65</sup>, os gêneros mais populares são: luta, *multiplayer online battle arena* (MOBA), *battle royale*, simulação, ritmo, ação/aventura, tiro ou tiro em primeira pessoa (FPS, de *first person shooter*), *role-playing game* (RPG), esportivos e jogos de estratégia/puzzle.

Independentemente do gênero e das classificações, microtransações podem estar presentes em todos os tipos trazidos. Porém, a compreensão da classificação e gênero é relevante para entender características da cadeia produtiva, os diferentes tipos de bens de consumo e a capacidade do mercado em explorar diversos tipos de contextos e narrativas e ainda assim ser considerado um jogo.

## 1.2. Breve histórico sobre o mercado de produção de jogos eletrônicos

Neste capítulo será trazida uma síntese sobre o crescimento do mercado de produção e consumo de jogos eletrônicos. O objetivo é pincelar fatos relevantes na indústria para dimensionar o problema identificado na pesquisa, posto que “[...] os jogos eletrônicos não podem ser compreendidos sem levar em conta o sistema econômico do capitalismo atual do qual eles emergem e a mudança política, social e o contexto cultural nos quais eles são produzidos e consumidos”<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> O relatório é utilizado como referência para dados utilizados neste trabalho. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1188558/gaming-genres-spent-covid/>.

<sup>66</sup> WOODCOCK, Jamie. **Marx no fliperama: videogames e luta de classes**. Trad. Guilherme Cianfarani. São Paulo: SP. Editora Autonomia Literária. 1ª ed. 2020. P. 83.

Partindo da origem dos videogames, Luz<sup>67</sup> aponta três marcos temporais que são normalmente indicados, considerando que a intenção dos criadores foi desenvolver uma ferramenta interativa por meio de vídeo. O primeiro deles ocorreu em 1958 com a invenção do computador analógico por William Higinbotham. O segundo foi com Steve Russell do MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) no início dos anos 1960 com o jogo *SpaceWar!*, o primeiro *software* criado unicamente para fins de entretenimento que revolucionou o uso do computador para novas interfaces gráficas. O terceiro ocorreu em 1971 com Ralph Baer, que ficou conhecido como o “pai dos videogames” por *Odyssey, console* que alçou os jogos eletrônicos como mídia de entretenimento para a família.

Desde a criação para uso comercial, os jogos eletrônicos se tornaram fenômeno sociocultural e desenvolveram uma indústria potencial cada vez mais influente na sociedade. Daí a importância em entender o espaço que eles ocuparam no cotidiano das pessoas nos últimos anos, caminho que foi trilhado até se chegar aos modelos atualmente popularizados.

Por muitos anos a indústria estava concentrada em duas forças dominantes, localizadas na América do Norte e Japão, mas a evolução do *software* e *hardware* permitiu a entrada de outros atores no mercado. Nos dias atuais pode-se afirmar que em termos geográficos os maiores centros de produção de *consoles* para videogames estão na América do Norte, Oeste Europeu e Ásia (na região do pacífico), mas a popularização de computadores e a difusão de *smartphones* estão trazendo mais diversidade na produção e no consumo<sup>68</sup>.

Esposito<sup>69</sup>, ao propor um olhar sobre a história dos videogames com intuito de entender melhor o que os jogos representam para a sociedade, identificou quatro períodos. Utilizando como parâmetro o primeiro jogo comercial lançado em 1971 chamado *Computer Space*, uma versão arcade *Spacewar!* de 1962, os períodos são os seguintes:

---

<sup>67</sup> LUZ, Alan Blücher da. **Video games: história, linguagem e expressão gráfica**. 2010. Editora Edgard Blücher Ltda. P. 19.

<sup>68</sup> NIEBORG, David. From premium to freemium: the political economy of the app. In T. Leaver & M. Willson (Eds.), *Social, Casual and Mobile Games: The Changing Gaming Landscape* (pp. 225–240). 2014. London and New York: Bloomsbury Academic.

<sup>69</sup> ESPOSITO, Nicolas. A short and simple definition of what a videogame is. Conference Paper - DIGRA 2005.



- 1971-1978: primeiros anos marcados por sucessos pioneiros;
- 1978-1983: era de ouro, marcada pela criação de gêneros de jogo;
- 1983-1994: época com menos limitações tecnológicas, potencial criativo com ideias fortes;
- 1994-now: CD-ROM, 3D, PlayStation, PC, grandes produções, menos diversidade e jogos *online*.

Quando a indústria de jogos agregou a interconectividade aos seus bens de consumo, houve um grande salto tecnológico que culminou na criação de uma nova categoria. Nisso é possível verificar uma clara distinção entre os jogos criados em meados dos anos 1990 e início dos anos 2000 e aqueles que passaram a utilizar conexão com a *internet*, o que abriu espaço para a interatividade e as microtransações.

David B. Nieborg<sup>70</sup> adota a classificação a partir das gerações de consoles domésticos, que mudam a cada cinco a sete anos e seguem um movimento cíclico de acordo com os *standards* das plataformas de *hardware*. De acordo com o autor, assim como em outros setores, no início dos anos 2000 a indústria de jogos passou pela transição de bens físicos para um modelo de circulação de bens por demanda baseados em distribuição digital.

É o que autores como Bogost<sup>71</sup> denominam modelo de *commodity*, por compartilhar atributos materiais, funcionais e intelectuais de um mecanismo principal. Milagres<sup>72</sup> aponta que esse modelo de *commodities* é reflexo da noção de propriedade que parece ter sido superada pela complexa relação de acessibilidade advinda de uma sociedade orientada pela tecnologia.

---

<sup>70</sup> NIEBORG, David B. Prolonging the Magic: the political of the 7th generation console game. Dezembro. *Eludamos: Journal for Computer Game Culture*. Vol. 8, n. 1. 2014. P. 47-63.

<sup>71</sup> BOGOST, Ian. *Unit Operations: An Approach to Videogame Criticism*. 2006. Cambridge, MA: MIT Press.

<sup>72</sup> MILAGRES, Marcelo de Oliveira; CARVALHO, Ana Clara Mansur; PIANTINO, Anna Camila; VIDIGAL, Fernanda Marra; GONÇALVES, Laura Marques. Jogos eletrônicos e posse digital: uma realidade possível?. *In: Direito, Tecnologia e Inovação*. Vol. 1. Coord. Leonardo Parentoni. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2020. P. 87-94.

Nieborg<sup>73</sup>, inspirado na indústria cultural de Adorno<sup>74</sup>, aprimorou essa ideia ao apresentar jogos enquanto *commodities* culturais, no sentido que o modo de produção pautado pela originalidade foi transformado em um processo regido por regras definidas pela empresa que acabam por racionalizar a criatividade e condicionam desenvolvedores à repetição de fórmulas ditadas por investidores<sup>75</sup>. Esse modelo de repetição é percebido em boa parte da indústria, seja em mecanismos de jogabilidade, nos ciclos de lançamento de franquias consolidadas no mercado, seja em formas de aumento de receita e microtransações.

A mais recente geração foi marcada pelo anúncio do Xbox 360 em 2005, trazendo um novo modo de produção e circulação orientado pela racionalidade e tecnologia que ficou conhecido como GaaS (*game as a service*). Nesse modelo, os consumidores não adquirem um produto acabado: compram o direito de acesso a um jogo que será continuamente atualizado, melhorado ou alterado trazendo novas experiências ao longo dos anos.

Os produtores, por outro turno, têm a oportunidade de auferir receita por um longo período<sup>76</sup>. Sadowski<sup>77</sup> alerta que há praticamente uma relação de locação formada pelo aluguel tanto via moeda quanto via dados dos usuários<sup>78</sup>. Outro grande marco foram os jogos *mobile*, para celular, que rapidamente foram difundidos no mercado e atualmente respondem pela maior parcela de consumo da indústria.

Atualmente esse mercado possui receita estimada em US\$175 bilhões para 2022 com projeção de crescimento de cerca de 8,17% ao ano, segundo relatório da Statista. O maior segmento é o dos jogos *mobile* (popularmente conhecidos como jogos para celular) com projeção de US\$124,90 bilhões no mercado mundial. Os jogos gratuitos com maiores receitas em 2020 foram *Honour of Kings* (Tencent), *Peacekeeper Elite* (Tencent), *Roblox* (Roblox Corporation) *Free Fire* (Garena), *Pokemon Go* (Nintendo), *League of Legends* (Riot Games) e *Candy Crush Saga* (King).

---

<sup>73</sup>BERNEVEGA, Alexander; GEKKER, Alex. **The Industry of Landlords: Exploring the Assetization of the Triple-A Game**. Games and Culture 2022, Vol. 17(1) 47–69.

<sup>74</sup>ADORNO, Theodor W. Indústria cultural. Trad.: Vinicius Marques Pastorelli. São Paulo: Editora Unesp. 2020.

<sup>75</sup>NIEBORG, David B. Prolonging the Magic: the political of the 7th generation console game. Dezembro. Eludamos: Journal for Computer Game Culture. Vol. 8, n. 1. 2014. P. 47-63.

<sup>76</sup>BERNEVEGA, Alexander; GEKKER, Alex. **The Industry of Landlords: Exploring the Assetization of the Triple-A Game**. 29/04/2021. Games and Culture 2022, Vol. 17(1) 47–69.

<sup>77</sup>SADOWSKI, Jathan. **The internet of landlords: Digital platforms and new mechanisms of rentier capitalism**. 2020. Antipode, 52(2), 562-580.

<sup>78</sup>Parte daqui o debate sobre o capitalismo de vigilância de Soshana Zuboff.

Como demonstrado, a evolução desse mercado foi impulsionada pela demanda de uma sociedade cada vez mais datificada. Isto posto, serão abordados a seguir os diferentes aspectos da indústria atual. O objetivo é trazer um panorama factual sobre como os jogos não podem ser apreendidos apenas como uma forma de entretenimento.

### 1.2.1. O aspecto político

Jogos eletrônicos são produtos de seu tempo e estão, lembra Woodcock<sup>79</sup>, se tornam formas de representar o mundo tanto na produção quanto no consumo, seja de forma direta ou indireta com o uso de alegorias. Como produto artístico, podem representar contextos políticos ou ideologias dominantes do ambiente em que são desenvolvidos<sup>80</sup>.

Inúmeros os jogos utilizam como centro narrativo precárias condições econômicas, políticas ou sociais que fazem com que o protagonista se engaje em uma mudança, como *Cyberpunk 2077*, *Horizon Zero Dawn* e *WatchDogs*. Existem jogos sobre o cenário político como o brasileiro *Kandidatos*<sup>81</sup>, que simula duelo entre os candidatos às eleições presidenciais do Brasil em 2018. Há jogos como *Tonight We Riot*, *Disco Elysium* e *Kapital: sparks of revolution*<sup>82</sup>, que propõem uma narrativa principal pautada em luta de classes e em outras questões político-sociais vão sendo construídas paralelamente<sup>83</sup>.

Os jogos podem abordar, direta ou indiretamente, debates sobre direitos humanos, resistência de grupos marginalizados e promover a conscientização sobre alguns assuntos. São jogos, sobretudo sérios, que podem ter impacto educativo ao levar para um público novo informações sobre determinadas situações geopolíticas.

---

<sup>79</sup> *Idem*. P. 8/9.

<sup>80</sup> SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. Rules of play: game design Fundamentals. 2004. Massachusetts Institute of Technology. P. 506.

<sup>81</sup> Kandidatos é um jogo brasileiro de luta cuja premissa é que cada candidato à presidência de 2018 são lutadores e duelam entre si, numa releitura de clássicos como *Street Fighter* (CAPCOM).

<sup>82</sup> O jogo foi lançado no dia 28/04/2022 e utilizei como referência a análise pela mídia especializada. PAIVA, Leandro. Kapital: Sparks of Revolution é lançado para PC. 28/04/2022. Disponível em: <https://pizzafria.ig.com.br/news/kapital-sparks-of-revolution-lancado-pc/>. Acesso em: 28 abr.2022.

<sup>83</sup> Importante registrar que nenhum desses jogos se identifica como jogos sérios, ou seja, que tenha um claro e específico propósito de conscientizar e educar os jogadores.

Além dos já citados, o jogo *Papers, Please* propõe uma reflexão lúdica sobre a rotina de um oficial de alfândega responsável por analisar documentos das pessoas que desejam entrar em um país fictício. Como elemento narrativo, numa rotina de trânsito de pessoas o jogo fala sobre burocracias enfrentadas que facilmente podem existir no mundo externo.

Outros jogos propõem a exploração de histórias sob a perspectiva de indivíduos socialmente marginalizados que praticam crimes para sobreviver, como os jogos das franquias *Grand Theft Auto* (GTA) ou *Watch Dogs*. Nem sempre esses jogos provocam debates políticos ou sociais, mas podem estimular reflexões dessa natureza.

As franquias de jogos inspirados em situações de guerra como *Call of Duty*, *Medal of Honor* e *Battlefield*, na história principal, posicionam as forças armadas norte americanas como grandes salvadoras que vão combater o inimigo, seja ele o exército vermelho, o exército nazista ou alguma força militar do Oriente Médio. São jogos cuja narrativa parte de uma situação real como inspiração e criam uma premissa própria, traduzindo uma perspectiva que reflete da visão de poder dominante.

### 1.2.2. O aspecto cultural

Partindo da premissa que os jogos eletrônicos não estão apartados da realidade<sup>84</sup>, refletem a cultura, gênero, raça, classe social e ideologia que estão inseridos<sup>85</sup>. São, assim, tidos como artefatos culturais por construírem “significados a partir de sua apropriação”<sup>86</sup>.

---

<sup>84</sup> WOODCOCK, Jamie. **Marx no fliperama: videogames e luta de classes**. Trad. Guilherme Cianfarani. São Paulo: SP. Editora Autonomia Literária. 1ª ed. 2020. P. 8.

<sup>85</sup> SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. *Rules of play: game design Fundamentals*. 2004. Massachusetts Institute of Technology. P. 507.

<sup>86</sup> CARNEIRO, Eduardo Lorini; BACKES, Luciana. Para além do *gameplay*: a compreensão dos jogos eletrônicos enquanto artefatos. *ANTARES*, v. 12, n. 28, dez. 2020.

Tomando por referência jogos que utilizam o objeto bola. Ela configura elemento simbólico com sentidos que variam a partir do contexto espacial, seja uma quadra de vôlei ou tênis, em uma mesa de *Pinball* ou na tela de um jogo eletrônico de futebol. Cada um desses jogos é dotado de regras próprias, limitados espacial e temporalmente, mas em todos eles a bola traduz um valor, um símbolo, e sua relação com o jogador que vai além do mero consumo com o fato de adquirir a bola ou o jogo.

Como recurso interativo, os jogos oferecem aos jogadores formas de participação que se estendem para além dos limites do círculo mágico. É o que Salen e Zimmerman colocam como a instância cultural de jogar transformativo, posto que os jogos com movimentos livres dentro do jogo permitem alterar estruturas rígidas nos quais estão situados<sup>87</sup>.

Cita-se alguns exemplos como *Fortnite*, jogo de tiro em terceira pessoa que confere aos jogadores um sem número de personagens, roupas, acessórios e armas. Por outro lado, há jogos que possuem *mods* (modificadores) como *Grand Theft Auto V* (*Rockstar Games*), que alçou popularidade ao possibilitar, ainda que por meios ilegítimos, que jogadores personalizem experiências recriando, por exemplo, mapas inspirados em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, disponíveis a qualquer jogador com acesso aos servidores específicos. Há ainda *Roblox* (*Roblox Corporation*, 2006), plataforma com uma série de jogos que permite a criação de conteúdo personalizável, seja de jogos, seja de itens utilizados dentro do ambiente.

Os jogos eletrônicos podem ainda servir como recurso complementar para educação na medida em que podem ser ferramentas para representar, em ambiente simulado, determinados eventos históricos ou situações desafiadoras. Podem servir de meio para contar histórias fictícias num pano de fundo de fatos históricos reais, como os jogos da franquia *Assassin's Creed* (*Ubisoft*)<sup>88</sup>. Ainda, existem estúdios independentes têm buscado trabalhar com referências históricas e culturais inseridas dentro do contexto de jogo, propondo, além de entretenimento, contextos para reflexão. *Dandara* (*Raw Fury*, 2018), um dos mais populares e premiados jogos nacionais, narra diversos fatos do Brasil colonial aos olhos da parceira de Zumbi dos Palmares.

---

<sup>87</sup> SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. Rules of play: game design Fundamentals. 2004. Massachusetts Institute of Technology. P. 507.

<sup>88</sup> Existem questões relevantes debatidas no uso desses jogos para ensino de história por exemplo, como a visão ocidental e eurocêntrica das narrativas. Isso não retira, como um todo, o poder de serem utilizados como recurso auxiliar de aprendizagem. Vide: CAETANO NETO, Juliana; MENEZES, Patrick de. Games como máquinas de aprendizagem: um relato de experiência com o uso dos games *Assassin's Creed* e *Civilization VI* na disciplina de História. Revista de Docência e Cibercultura 5(4). Dezembro, 2021. P. 191-215.

Outro aspecto cultural diz respeito a como o fenômeno dos jogos eletrônicos marcou gerações. Woodcock explica que a Atari capturou a essência da “recusa do trabalho” pautada nos movimentos estudantis do final da década de 1968 e trouxe isso para os videogames<sup>89</sup>. É um forte indicador de como o consumo dos videogames e jogos em geral está atrelado à ideia de improdutividade e acabaram por se tornar aspecto marcante das gerações Z e Y. A prova disso está, no contexto nacional, na Pesquisa Game Brasil de 2021, a qual identificou que 72% dos brasileiros tem costume de jogar jogos eletrônicos independentemente da plataforma, com alcance significativo na faixa etária entre 20 a 39 anos.

### 1.2.3. O aspecto social

Jogos eletrônicos propiciam experiências imersivas e sensoriais com potencial engajamento, ambiente em que o fator social ganha um novo contorno diante da capacidade do jogo em superar barreiras físicas, geográficas, culturais e de linguagem. Isso se mostrou mais evidente durante as medidas de isolamento social em virtude da pandemia que, no início do ano de 2020, fez com que muitas pessoas, buscando gerenciar estresse e ansiedade, recorrem aos jogos como forma de entretenimento *indoor* e contato social.

Com a pandemia da Covid-19, jogar videogames rapidamente se tornou a atividade mais popular durante o isolamento social, especialmente entre indivíduos da geração Z e Y. Segundo apontado por Clement<sup>90</sup>, o fechamento do comércio impulsionou um movimento de digitalização do mercado e com isso, as compras *online* refletiram a maior parte das receitas das grandes empresas de videogames. Jogadores latino-americanos, por exemplo, aumentaram em 52% o tempo gasto em jogo, seguido dos orientais da Ásia e do Pacífico, com 42%. Os jogos com múltiplos jogadores (*multiplayer*) - dado seu caráter social - se tornaram os mais populares, bem como jogos focados no aumento de tempo gasto (como MOBAs), jogos de luta e *battle royales*.

---

<sup>89</sup> WOODCOCK, Jamie. **Marx no fliperama: videogames e luta de classes**. Trad. Guilherme Cianfarani. São Paulo: SP. Editora Autonomia Literária. 1ª ed. 2020. P. 53.

<sup>90</sup> CLEMENT, J. **COVID-19 impact on the gaming industry worldwide - statistics & facts**. 4/6/2021. Statista. Disponível em: [https://www.statista.com/topics/8016/covid-19-impact-on-the-gaming-industry-worldwide/#topicHeader\\_wrapper](https://www.statista.com/topics/8016/covid-19-impact-on-the-gaming-industry-worldwide/#topicHeader_wrapper). Acesso em: 25 jun. 2021.

Segundo levantado por Formosa *et al*<sup>91</sup>, nos Estados Unidos houve aumento de 75% na atividade de jogos *online*, 10% na audiência de plataformas de *streaming* de jogos e a Steam, maior plataforma de comércio de jogos eletrônicos, registrou recorde de usuários simultâneos ativos: 20 milhões de pessoas. Em pesquisa realizada pelos autores, os jogos desempenharam importante papel na melhoria do bem estar dos jogadores, auxiliando na melhoria de humor, no desenvolvimento de emoções e relacionamentos positivos e na redução do sofrimento psicológico durante as medidas de isolamento social. Isso mostra o potencial dos jogos para além de mera mercadoria e como pode afetar consumidores de formas antes inimagináveis, seja negativa ou positivamente.

#### **1.2.4. O aspecto jurídico**

Na acepção jurídica, jogos eletrônicos são bens de consumo disponibilizados à larga escala de consumidores, desde crianças e adolescentes até idosos. Tal como ocorre com o *software* em geral, o acesso é feito mediante licença de uso de bem ou serviço protegido por direitos autorais, mas há, nesse bojo, uma relação consumerista peculiar em que o consumidor é convidado a entrar em um ambiente eletrônico imersivo e ser o agente atuante do próprio entretenimento.

Em outros termos, os jogos eletrônicos, diferente de qualquer outra mídia, partem da passividade do consumidor, mas dependem de condutas ativas na tomada de decisões para que o jogo em si se desenvolva e seja concluído. O jogador passa a crer que é o único responsável pelas decisões que toma dentro do ambiente do jogo e com isso, assume as consequências com menor resistência.

O contato com jogos eletrônicos pode trazer implicações psicológicas como vício em jogos, e até sociais, como redução de interações sociais dos jogadores fora do ambiente virtual, campo fértil para o debate sobre os princípios do consumidor previstos em lei. É possível ainda tecer reflexões sobre a validade dos negócios jurídicos diante das circunstâncias em que ocorrem e as respectivas implicações patrimoniais e extrapatrimoniais.

---

<sup>91</sup> FORMOSA, Jessica; JOHNSON, Daniel; TURKAY, Selen; MANRYK, Regan L.; Need satisfaction, passion and wellbeing effects of videogame play prior to and during the COVID-19 pandemic. *Computers in Human Behavior*. Volume 131. Junho, 2022.

O mercado de jogos eletrônicos, assim como qualquer indústria, movimenta uma complexa cadeia produtiva global de suprimentos e mão de obra para assegurar que o bem final de consumo, seja produto ou serviço, chegue até o jogador<sup>92</sup>. Abrange desde a fábrica de plástico e a extração de componentes para as placas de processamento até a produção do jogo em si, os processos criativos, a programação, o marketing etc. É uma análise que se conecta apenas com o direito do consumidor, mas diz respeito ao Direito Econômico, principalmente na intersecção com o Direito do Trabalho, e envolve sindicalização, terceirização, jornadas excessivas, vínculo de trabalho, acordos de confidencialidade e outras questões trabalhistas.

Em fevereiro de 2020 foi criado código específico na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)<sup>93</sup>, permitindo, assim, que as contratações na indústria fossem devidamente regularizadas com a indicação correta da atividade exercida. Com a atualização da tabela pelo Ministério da Economia, a ocupação de desenvolvedor de multimídia (Código 3171-20) passou a abranger programadores, designers de jogos e desenvolvedores.

Zambon e Pessotto<sup>94</sup> apontaram, em 2019, uma lacuna regulatória do setor, dada a sua natureza híbrida que mesclava tanto o audiovisual quanto o software. De acordo com os autores, houve uma aproximação da indústria com a Ancine (Agência Nacional de Cinema) em razão da Lei do Audiovisual (Lei n. 11.437/06) que possibilitou angariar recursos por meio de incentivos fiscais para fomentar a produção de jogos, e com esforços da ABragames (Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos). Por outro turno, jogos eletrônicos são classificados como *software* de acordo com o CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) e são assim considerados para fins tributários.

---

<sup>92</sup> WOODCOCK, Jamie. **Marx no fliperama: videogames e luta de classes**. Trad. Guilherme Cianfarani. São Paulo: SP. Editora Autonomia Literária. 1ª ed. 2020. P. 28/29.

<sup>93</sup> MINISTÉRIO DO TRABALHO. **3171 - Técnicos de desenvolvimento de sistemas e aplicações**. Classificação Brasileira de Ocupações (CBO). Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/ResultadoOcupacaoMovimentacao.jsf>. Acesso em: 8 dez. 2021.

<sup>94</sup> ZAMBON, Pedro Santoro; PESSOTTO, Ana Heloíza Vita. **Estado atual da regulação da Indústria Brasileira de Jogos Digitais: entre audiovisual e software**. In: *Anais SBGames 2019*. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/201466.pdf>. Acesso em: 8 dez. 2021.



Além disso existem aspectos fiscais que demandam a reflexão sobre a natureza dos jogos para aplicar a respectiva tributação. Caso recente é o julgamento da ADI 5.659 em que o Supremo Tribunal Federal entendeu que, para fins de fato gerador de tributo, *software* deve ser considerado como serviço.

Existem aspectos contratuais e empresariais estudados na aquisição, fusão ou divisão de pessoas jurídicas, a regularização das empresas para criação de uma entidade legal em cada país, os contratos enquanto tomadora, com empresas terceirizadas ou como fornecedoras de mão de obra, a adequação jurídica para competir nos procedimentos licitatórios, dentre várias outras situações. Sem a pretensão de esgotar as possibilidades, nota-se que é uma área fértil tanto para atuação acadêmica, contenciosa e consultiva.

## **2. O consumo de jogos eletrônicos**

A compreensão contextual do consumo dos jogos eletrônicos abrange estudos comportamentais da sociedade, do perfil do consumidor, da evolução tecnológica e da proteção de dados pessoais. São aspectos gerais dos bens digitais que vão, necessariamente, convergir para o estudo dos efeitos jurídicos dos jogos eletrônicos. Este capítulo será dedicado ao consumo dos videogames.

### **2.1. Fatores marcantes da sociedade de consumo**

O papel assumido pelo consumidor na sociedade em decorrência do reconhecimento do significado do “fato consumo” na economia de mercado desafia o Direito a adaptar-se a essa nova realidade. Conquanto em nível internacional tenha multiplicado normas sobre a proteção do consumidor na internet com o pressuposto de vulnerabilidade econômica, reconhecendo a insuficiência normativa para lidar com a nova realidade, no Brasil a ordem jurídica tem se valido da aplicação de disposições existentes como o Código de Defesa do Consumidor para tutelar relações de consumo digital.

Tem sido comum denominar por “sociedade de consumo”<sup>95</sup>, consagrando a expressão “consumerismo”, o estilo de vida promovido pelo capitalismo moderno. A sociedade de consumo tem por premissa a satisfação dos desejos humanos de uma forma que nenhuma sociedade do passado poderia realizar ou sonhar. A promessa de satisfação, no entanto, só permanece sedutora enquanto o desejo continuar irrealizado e para isso, os desejos criados são inúmeros e contínuos, dando noção de infinitude e insatisfação. Aqui é o espaço em que dados e algoritmos se combinam e fomentam o sentimento e insatisfação que estimulam o consumo.

---

<sup>95</sup> SOUZA, Washington Peluso Albino de. **Primeiras linhas de Direito Econômico**. 5ª Ed. São Paulo: LTr, 2003. P. 570.

A relação de consumo compõe uma importante dimensão social na vida dos indivíduos, ela não se limita apenas às relações utilitárias, mas é, segundo Nascimento *et al*<sup>96</sup>, uma forma de estabelecer estruturas sociais e conferir a elas diversos significados. Para os autores, partindo de uma perspectiva sociológica, “o consumo é considerado um fato social total onde é baseada a estrutura das relações sociais e o indivíduo toma suas decisões a partir da socialização vivenciada”. Não é diferente quando o consumo ocorre em ambiente digital.

Bauman<sup>97</sup> defende que o consumo é uma condução e um aspecto permanente sem limites temporais ou históricos e é na sociedade de consumo que consumidores e mercadorias se encontram e reconstróem as relações humanas. Assim, o consumo se tornou central na vida das pessoas, um propósito da existência na sociedade e um elemento intrínseco relativo à construção da identidade.

Outro debate, igualmente rico, tem inspiração da ideia da indústria cultural de Theodor Adorno<sup>98</sup>. O autor propõe a análise da cultura sob a óptica capitalista para demonstrar como hoje o movimento cultural pautado na tecnologia acaba por racionalizar e homogeneizar para as massas os valores capitalistas de consumo.

O ato consumo deixa, assim, de ser um ato meramente individual e é previamente influenciado por um movimento conjunto, acentuado por tecnologias que utilizam dados e sugerem comportamentos. Embora emanada isoladamente, há, então, uma limitação da construção de um ato de vontade.

Consumo é fato social, um conceito cultural de natureza econômica. O ato de consumir é praticado pelo indivíduo sujeito da relação jurídica de consumo na ação de consumir, resultando no fato consumo.

---

<sup>96</sup> NASCIMENTO, Maurício Reinert do; OLIVEIRA, Josiane Silva de; CENERINO, Alessandra. **A influência da imersão social na constituição dos significados do consumo e na adoção de produtos tecnológicos por adolescentes: uma análise teórica a partir da sociologia econômica.** Perspectivas econômicas/ Revista Perspectivas Contemporâneas, v. 8, n. 2, p. 22-42, jul./dez. 2013.

<sup>97</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

<sup>98</sup> ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural.** Trad.: Vinicius Marques Pastorelli. São Paulo: Editora Unesp. 2020.

Esse fenômeno, na perspectiva de Bauman<sup>99</sup>, faz com a subjetividade dos indivíduos seja concentrada no esforço de se tornar uma mercadoria vendável, vez que na sociedade de consumidores, antes mesmo de alguém se tornar sujeito de uma relação de consumo, já foi transformado anteriormente em mercadoria. Isso reforça a ideia que o consumo, hoje, ultrapassa aquela proposta pela teoria econômica clássica, a qual ignorava o contexto em que o consumidor estava e o alçava a uma categoria de indivíduo que age puramente sob a lógica utilitarista e a racionalidade.

Do fato econômico “consumo”, destacam-se quatro elementos, estudados por Washington Peluso Albino de Souza<sup>100</sup> (2003). São o consumo, o consumidor, o fornecedor e o produto ou serviço, sendo os dois primeiros os pontos de foco para a análise do problema trazido. O primeiro deles é a relação de consumo que é estudada com base na noção jurídica de consumo, que compreende a utilização do bem pelo fato da transferência do fornecedor ao consumidor, ou seja, a relação entre esses dois agentes caracteriza a relação de consumo. O segundo elemento é o consumidor, sujeito que utiliza o bem como destinatário final e que se apresenta, portanto, como agente identificado na atividade econômica. É o sujeito do ato de consumo, podendo ser tanto pessoa física quanto pessoa jurídica, pública ou privada, coletiva ou indeterminável.

O fato econômico “consumo” está voltado à compreensão do fenômeno em si e dos seus efeitos, exigindo um estudo que exige esforço interdisciplinar. O estudo dos aspectos do consumo virtual dentro da sociedade de consumo não pode ignorar o papel dos jogos eletrônicos e os processos comportamentais que motivam as decisões de consumo.

---

<sup>99</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

<sup>100</sup> SOUZA, Washington Peluso Albino de. **Primeiras linhas de Direito Econômico**. 5ª Ed. São Paulo: LTr, 2003

### 2.1.1. O Código de Defesa do Consumidor na tutela dos bens digitais

No ambiente virtual, o consumidor se depara com bens ou serviços digitais, marcados pela imaterialidade a qual, segundo King *et al*<sup>101</sup>, os direitos são licenciados temporariamente pelas empresas aos usuários para fins de entretenimento. O fato consumo relativo aos bens virtuais tem peculiaridades que levam à discussão sobre a aplicabilidade ou não das normas clássicas de direitos do consumidor à essa nova realidade.

Para Taveira<sup>102</sup>, bens digitais são aqueles que estão representados em *bits*, daí a sua característica imaterial e digital, além de apresentarem outras características como a fácil reprodutibilidade, a conectividade, a relatividade valorativa e a não taxatividade. De um modo geral essas características também se aplicam aos serviços virtuais.

Macedo e Vieira<sup>103</sup> definem bens virtuais como um “conjunto de ativos virtuais que podem ser produzidos em massa e, conseqüentemente, são com frequência comprados e vendidos como mercadorias de consumo convencionais”, de modo que, segundo os autores, entender a forma de circulação dos bens virtuais em cada jogo depende de uma percepção previamente construída sobre como os jogos são apropriados e como os valores gerados são relevantes para os jogadores, a depender de cada grupo ou comunidade.

---

<sup>101</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H.; GAINSBURY, Sally M.; DREIER, Michael; GREER, Nancy; BILLIEUX, Joel. **Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective**. Computers in Human Behavior, Volume 101, 2019.

<sup>102</sup> TAVEIRA JR, Fernando. **Bens digitais (digital assets) e a sua proteção pelos direitos da personalidade: um estudo sob a perspectiva da dogmática civil brasileira**. 1 ed. [E-book]. Porto Alegre: Revolução eBooks – Simplíssimo, 2018.

<sup>103</sup> MACEDO, Tarcízio; VIEIRA, Manuela do Corral. **Dinâmicas do consumo de bens virtuais: práticas e valores no universo de League of Legends**. Revista da Associação Nacional dos programas de Pós-Graduação em Comunicação – Ecompós. Brasília, v. 21, n. 4, jan/abr 2018.

Bens digitais são, de acordo com o Código Civil, bens móveis (art. 82), não consumíveis e, via de regra, não divisíveis<sup>104</sup> (87). Podem ser considerados, num geral, como bens fungíveis<sup>105</sup> (artigos 85 e 86), ressalvadas exceções como criptoativos. Em termos de titularidade, podem ser públicos (art. 98) ou privados e ainda, podem ser principais, tal como um jogo eletrônico considerado pelo todo, ou acessórios, como os itens digitais dentro dos jogos os quais não existem, em tese, fora destes (art. 92). Taveira<sup>106</sup> alerta que os bens digitais não se enquadram perfeitamente na definição legal de universalidade de fato – pois se referem a bens dotados de imaterialidade e nem sempre possuem destinação unitária – nem a universalidade de direitos – considerando que existem bens digitais sem valor econômico. Como se vê, é possível classificar os bens digitais dentro dos dispositivos afetos aos bens em geral. Quanto ao Código de Defesa do Consumidor, existem minúcias que podem provocar uma reflexão a respeito da adequação da norma.

No consumo virtual, tal qual em outros tipos de consumo, o objetivo é possibilitar que o destino final de um produto ou serviço atraia a atenção de um consumidor e seja por ele comprado. Existem uma série de facilitadores no ambiente digital que buscam reduzir a distância entre o interesse de consumo de um bem e o ato efetivo de compra, o que incita estudo sobre a existência de vulnerabilidade acentuada do consumidor virtual.

Calvet<sup>107</sup> aponta algumas técnicas de marketing digital consolidadas no mercado que são mais efetivas que os métodos tradicionais empregados fora do meio virtual. Diferentemente da publicidade feita na tv que atingia um número irrestrito de pessoas, no ambiente da internet a publicidade começou a ser voltada para nichos e usa de recursos como marketing viral, software de rastreamento (como *cookies*) e o "*stealth marketing*", que torna o anúncio sutil de modo que o consumidor não percebe se tratar de uma propaganda e fica mais suscetível à persuasão.

---

<sup>104</sup> A indivisibilidade, no caso, seria jurídica.

<sup>105</sup> Leva-se em consideração a noção de fungibilidade no Código Civil, sendo os bens que podem ser substituídos por outros da mesma espécie, qualidade e quantidade. Embora não seja uma característica essencial, bens digitais podem ser escaláveis e nesse sentido, a noção de substituição é adequada.

<sup>106</sup> Taveira (2018) coloca como exemplo o e-mail, que tem função principal de enviar mensagens, mas também pode ter outras destinações, como armazenar arquivos ou recuperação de senha de outros e-mails.

<sup>107</sup> CALVET, Sandra L. **Children as consumers: advertising and marketing**. 2008. Future Child.VOL. 18, n. 1.

Com o uso de técnicas, nem sempre sutis, o consumidor é levado a crer que, ao utilizar de heurísticas, ou seja, refletir sobre as opções e estabelecer uma escolha, há um processo informativo e decisório unicamente seu, não manipulado por qualquer influência deste ambiente. Essas técnicas que levam à assimetria informacional em na relação de consumo e podem violar normas consumeristas.

Nos Estados Unidos e na União Europeia existem modelos regulatórios que buscam impor regras para criar um ambiente digital mais seguro tanto para consumidores quanto fornecedores, vedando práticas predatórias. A *Federal Trade Commission*, órgão de proteção ao consumidor nos Estados Unidos, conta com aproximadamente setenta normas conferindo direitos e deveres na relação de consumo. Cita-se como exemplo o *Restore Online Shoppers Confidence Act*<sup>108</sup> com medidas para proteger consumidores virtuais de práticas abusivas e o COPPA (*Children's Online Privacy Protection Act*)<sup>109</sup>, que dispõe sobre proteção de dados e consumo de crianças em ambiente virtual.

Os regulamentos *Digital Markets Act*<sup>110</sup>, e *Digital Services Act*<sup>111</sup>, propostos ao final de 2020, foram recentemente acordados pela União Europeia e representam grande marco regulatório nos serviços digitais. De acordo com as regras atuais, haverá maior controle em grandes plataformas virtuais sistêmicas, regras de rastreabilidade de usuários (vendedores e consumidores), salvaguardas para usuários que tenham conteúdo excluído erroneamente pelas plataformas e medidas de transparência e publicidade, sobretudo em termos algorítmicos.

Em termos normativos, não existe no Brasil uma abordagem legislativa sobre os bens digitais, seja no Código de Defesa do Consumidor (CDC), no Marco Civil da Internet (MCI), no Código Civil (CC), na Lei do Software ou até na Lei de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). A tutela jurídica é feita com o uso de analogias para amparar as relações que surgidas em ambiente virtual.

---

<sup>108</sup> FEDERAL TRADE COMMISSION. *Restore Online Shoppers Confidence Act*. 2010. Disponível em: <https://www.ftc.gov/system/files/documents/statutes/restore-online-shoppers-confidence-act/online-shoppers-enrolled.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2022.

<sup>109</sup> FEDERAL TRADE COMMISSION. *Children's Online Privacy Protection Act*. Atualizado em 2022. Disponível em: <http://uscode.house.gov/view.xhtml?req=granuleid%3AUSC-prelim-title15-section6501&edition=prelim>. Acesso em: 12 fev. 2022.

<sup>110</sup> EUROPEAN COMMISSION. **Digital Markets Act: Commission welcomes political agreement on rules to ensure fair and open digital markets**. 25/03/22. Disponível em: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_1978](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1978). Acesso em: 14 abr. 2022.

<sup>111</sup> EUROPEAN COMMISSION. **Digital Services Act: Commission welcomes political agreement on rules ensuring a safe and accountable online environment**. 23/04/22. Disponível em: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_2545](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2545). Acesso em: 25 abr. 2022.

Assim, às transações B2C (*business to consumers*) realizadas em ambiente virtual aplica-se o Código de Defesa do Consumidor. Os princípios da relação de consumo, o dever de trazer informações claras e objetivas sobre o bem ofertado, o direito em receber o bem exatamente nos termos da oferta<sup>112</sup>, os direitos com vício de produto ou falha na prestação de serviços e o arrependimento são inquestionavelmente aplicáveis nas transações dos jogos eletrônicos, ou seja, na aquisição de um produto ou serviço relacionado ao jogo em si.

Nas microtransações, a proteção dos direitos do consumidor ganha outros contornos. Primeiro porque no ambiente dos jogos eletrônicos, empresas se valem de uma aparente lacuna do Código de Defesa do Consumidor e determinam as próprias regras. A *Microsoft* adota um termo de uso geral para qualquer produto digital da empresa, seja licenças para Windows, filmes ou jogos e serviços para Xbox<sup>113</sup>, assim como a Apple Store<sup>114</sup> e a Google Play<sup>115</sup>. No documento há regras com situações em que a desistência da compra é permitida pelas empresas e como, se deferido, o reembolso será feito.

A *Riot Games*, em dois de seus títulos (*League of Legends* e *Valorant*) oferece aos jogadores a oportunidade de adquirir moedas do jogo, e só com essas moedas é possível adquirir bens digitais do jogo. Ocorre que nem todas as moedas do jogo, tampouco nem tudo o que se adquire com essas moedas, é reembolsável<sup>116</sup>.

---

<sup>112</sup> O jogo *Cyberpunk 2077* lançado em dezembro de 2020 pela desenvolvedora *CD Projekt Red* apresentou inúmeros problemas de performance, o que motivou um movimento dos consumidores lesados que solicitaram o reembolso do valor pago no produto adquirido tanto em mídia física quanto mídia digital. O fato se tornou referência no mercado por ser um jogo AAA que chegou para os consumidores de forma incompleta, com uma série de problemas que impediam desfrutar do produto como um todo. Para maiores informações, ler: RIGUES, Rafael. **Cyberpunk 2077: gamers desapontados com o jogo poderão pedir reembolso.** Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2020/12/14/noticias/gamers-desapontados-com-cyberpunk-2077-poderao-pedir-reembolso/>. Acesso em: 18 abr. 2022.

<sup>113</sup> MICROSOFT. Regras de uso para produtos digitais. Disponível em: <https://support.microsoft.com/pt-br/windows/regras-de-uso-para-produtos-digitais-regras-83812b1f-1ecd-9a46-d3a7-ad1eadce49d1>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>114</sup> APPLE. Termos e condições dos serviços de mídia da Apple. Disponível em: <https://www.apple.com/legal/internet-services/itunes/br/terms.html>. Acesso: 22 abr. 2022.

<sup>115</sup> GOOGLE PLAY. Termos de Serviço do Google Play. Atualizado até 04/08/2020. Disponível em: <https://play.google.com/intl/pt-BR/about/play-terms/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>116</sup> RIOT GAMES. **Política de Reembolso Global.** Disponível em: <https://www.Riotgames.com/pt-br/global-refund-policy-BR>. Acesso em: 22 abr. 2022.



A *Epic Games* consigna que os saldos de conta (ou seja, a moeda do jogo) não serão resgatáveis por valor monetário<sup>117</sup>, política também adotada pela *Electronic Arts*<sup>118</sup>, que não reembolsa valores gastos com microtransações para se adquirir moedas virtuais. As empresas empregam, assim, uma prática de não reembolso para determinados ativos digitais<sup>119</sup>, em aparente violação ao art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, que seria aplicado ao caso. Diz-se aparente pois há outro elemento na redação do citado artigo que será oportunamente analisado.

Há aqui uma questão polêmica a respeito do banimento de contas que constantemente é objeto de ações judiciais<sup>120</sup>. A alegação dos consumidores postulantes reside na conduta abusiva por parte das desenvolvedoras que bloqueiam ou interrompem o acesso dos jogadores às contas sem justificativa e sem reembolsar o valor pago pelos ativos digitais associados à conta e os quais, intransferíveis, ficarão inutilizados. Conquanto as decisões de banimento sejam por métodos automatizados, com base na aplicação analógica do Código de Defesa do Consumidor e da Lei Geral de Proteção de Dados, reside o direito do consumidor em saber a conduta passível de punição, a previsão da punição nos termos de uso e na garantia do direito de defesa.

Nos termos de serviço da *Epic Games*<sup>121</sup> há expressamente a determinação do foro arbitral, renunciando o direito de propor ação judicial individual ou coletiva, o que viola o art. 51, inciso VII do Código de Defesa do Consumidor. É cláusula comum em vários dos termos de uso pesquisados, tais como da *Riot Games*<sup>122</sup> e *Electronic Arts*<sup>123</sup>.

---

<sup>117</sup> EPIC GAMES. Termos de serviço. Disponível em: <https://www.epicgames.com/site/pt-BR/tos>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>118</sup> ELECTRONIC ARTS. Contrato de usuário. Disponível em: <https://tos.ea.com/legalapp/WEBTERMS/US/br/PC/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>119</sup> RIOT GAMES. Política de Reembolso Global. Disponível em: <https://www.Riotgames.com/pt-br/global-refund-policy-BR>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>120</sup> CORREA, Juliano. Teve conta banida? Entenda direitos e se cabe processo. GE Esports. 22/04/2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/teve-conta-banida-games-entenda-direitos-e-se-cabe-processo.ghtml>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>121</sup> EPIC GAMES. Termos de serviço. Disponível em: <https://www.epicgames.com/site/pt-BR/tos>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>122</sup> RIOT GAMES. Política de Reembolso Global. Disponível em: <https://www.Riotgames.com/pt-br/global-refund-policy-BR>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>123</sup> ELECTRONIC ARTS. Contrato de usuário. Disponível em: <https://tos.ea.com/legalapp/WEBTERMS/US/br/PC/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

É, também, um forte indicador da dificuldade em encontrar demandas judiciais envolvendo empresas de jogos e das poucas que são divulgadas em âmbito internacional, geralmente envolvem ou ações coletivas ou situações mais polêmicas. Um exemplo foi reportado pela Bloomberg<sup>124</sup>, quando noticiou a vitória da Blizzard em manter o processo movido por um consumidor sobre *loot boxes* fora da justiça. A ação foi movida por um jogador identificado como “B.D.” acusando a empresa de práticas predatórias que estimulavam crianças a consumir jogos de azar e ter outras condutas viciantes.

O panorama apresentado faz um recorte específico do mercado de consumo de jogos eletrônicos, mas a falta de regulamentação de direitos dos consumidores e deveres das empresas que comercializam bens virtuais é sistêmico e demanda revisão do Código de Defesa do Consumidor.

#### **2.1.1.1. O direito ao arrependimento no consumo de bens digitais**

O estudo das políticas de reembolso e termos de uso remete ao seguinte questionamento: há ou não a aplicação do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor nos bens digitais e, sobretudo, no consumo de jogos eletrônicos e seus respectivos ativos? Como medir o uso de um bem digital o qual se pede reembolso? Como assegurar que o bem que se pretende devolver está sendo devolvido exatamente como foi entregue? Como delimitar quais bens virtuais o arrependimento pode ou não ser aplicado e porquê? São situações típicas das relações de consumo de bens digitais, principalmente no contexto de jogos.

Leonardo Parentoni<sup>125</sup> apresenta a solução a partir do estudo do estabelecimento empresarial, elemento trazido na redação do citado artigo. De acordo com o autor, existem dois requisitos cumulativos na lei: “a observância ao prazo de sete dias e a contratação efetuada fora do estabelecimento empresarial”, caso este em que a mercadoria pode ser entregue no domicílio do consumidor ou quando a contratação do produto ou serviço é feita por telefone.

---

<sup>124</sup> ALLSUP, Maeve. **Blizzard wins bid to keep overwatch “Loot Box” suit out of court.** 30/03/22. Disponível em: <https://news.bloomberglaw.com/us-law-week/blizzard-wins-bid-to-keep-overwatch-loot-box-suit-out-of-court>. Acesso em: 18 abr. 2022.

<sup>125</sup> PARENTONI, Leonardo. **Direito de arrependimento na internet e estabelecimento virtual.** Repertório de Jurisprudência IOB. São Paulo, v. III, n. 16, p. 514-517, ago. 2006.

Em sua detalhada análise, a compra de *software* pela internet não pode ser equiparada a uma compra feita fora do estabelecimento virtual uma vez que um site constitui estabelecimento empresarial nos termos da lei e para fins de aplicação do direito ao arrependimento de compra previsto na lei consumerista. Segundo Parentoni, nenhum outro ato é necessário para concretizar o negócio além da compra no site, o que afasta a aplicação do art. 49.

Há, contudo, uma peculiaridade afeta ao estabelecimento no ambiente virtual. Ainda que se trate de um bem digital, pode ser o caso deste ser comercializado por terceiros dentro de uma cadeia de comércio, atraindo a literalidade do texto legal mencionado. Logo, a *Amazon* pode comercializar licenças oficiais de *Windows* da *Microsoft*, e no caso seria uma transação realizada fora do estabelecimento da *Microsoft*, ainda que virtual. É o método de operação do *marketplace* que, para fins de definição de fornecedor não há qualquer impacto.

No caso dos jogos eletrônicos isso é ainda mais evidente diante das inúmeras lojas especializadas na venda e revenda dessas licenças. Se por um lado há a *Play Station Network*, *Nintendo E-shop* e *Microsoft Store (Xbox)* comercializando jogos exclusivos no *e-commerce*, também revendem títulos desenvolvidos por outras empresas em clara intermediação comercial. Ademais, existem lojas virtuais que não estão, diretamente, ligadas a nenhum jogo eletrônico, mas atuam como *third party* como a *Steam*, a *Nuuvem* e a *COG*.

O direito ao arrependimento de compra previsto no Código de Defesa do Consumidor permanece sendo aplicado no contexto de bens digitais, embora mereça análise melhor diante dos formatos atuais de fornecimento de bens virtuais. Nessas situações, a lei consumerista pode não ser suficiente para tutelar as novas relações ao passo que, se aplicada na sua literalidade, demandaria uma aprofundada e atual sobre os tipos de estabelecimento empresarial no contexto virtual, o que não é o escopo deste trabalho.

## 2.1.2. A posse virtual: a relação entre o consumo bens digitais e os direitos de propriedade intelectual

A propriedade intelectual é um dos aspectos legais mais relevantes para o mercado de jogos eletrônicos em geral, pois protege os direitos dos criadores em detrimento de terceiros que buscam explorá-los de forma indevida ou sem a adequada compensação. Segundo Boyd<sup>126</sup>, “videogames são feitos quase que exclusivamente de propriedade intelectual” e, não menos importante, a história dos jogos eletrônicos foi construída a partir de demandas judiciais sobre esses direitos.

A Convenção de Berna de 1886 estabeleceu requisitos mínimos para a proteção de obras literárias e artísticas no âmbito do direito internacional. A proteção das criações é imediata e dispensa requisitos formais para proteção legal, sendo facultativo o registro de uma obra. Outros direitos podem ser protegidos de formas específicas, como as marcas comerciais de empresas e títulos de jogos ou patentes para resguardar mecânicas funcionais dos jogos<sup>127</sup>. O Brasil se tornou signatário da Convenção em 1975, editando o Decreto n. 75.699/75. O âmbito de proteção está definido no artigo 2, abrangendo todas as criações do domínio literário, científico e artístico.

Nos Estados Unidos, as criações que podem ser protegidas estão elencadas no Estatuto 17 USC 102(a)<sup>128</sup> e abrange uma série de trabalhos artísticos como literatura, música, escultura, sons e outros tipos de trabalho audiovisual. No Brasil, as Leis 9.609/98, Lei 9.610/98 e Lei 9.279/96 são de extrema relevância no que tange a propriedade intelectual.

---

<sup>126</sup> BOYD, Gregory; KANE, Sean F; PYNE, Brian. **Video Game Law: everything you need to know about legal and business issues in the Game Industry**. CRC Press: Boca Raton. 2018. P. 19.

<sup>127</sup> JEWELL, Catherine. **Video games: 21st century art**. WIPO Magazine. Agosto, 2012. Disponível em: [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2012/04/article\\_0003.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2012/04/article_0003.html). Acesso em: 23 abr. 2022.

<sup>128</sup> U.S. GOVERNMENT PUBLISHING OFFICE. **17 U.S.C. 102 - Subject matter of copyright: In general**. Disponível em: <https://www.govinfo.gov/app/details/USCODE-2011-title17/USCODE-2011-title17-chap1-sec102>. Acesso em: 22 abr. 2022.

A Lei 9.279/96 determina que toda invenção que seja novidade, corresponda a atividade inventiva e tenha aplicação industrial é patenteável, exceto programas de computador, que possui regimento próprio, e as regras de um jogo (art. 10 incisos V e VII). A Lei 9.609/98 regula a proteção da propriedade intelectual de programas de computador, adotando o mesmo regime conferido às obras literárias. Já a Lei 9.610/98 regula direitos autorais, protegendo obras intelectuais e artísticas e conferindo ao autor pleitear direitos patrimoniais e extrapatrimoniais pelo uso indevido de suas obras. Trata-se, portanto, de direitos largamente protegidos em escala nacional e internacional, tanto sob o aspecto audiovisual quanto de *software*.

A Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI)<sup>129</sup> <sup>130</sup> reconheceu que a natureza complexa dos videogames, que reúnem software e elementos audiovisuais, desafia alguns termos dos direitos autorais. Em que pese a legislação brasileira não classifique explicitamente o status dos *videogames*, a proteção é feita, por analogia, pela Lei do Software (Lei n. 9.609/98), que no art. 2º aplica a estes o mesmo regime de proteção conferido às obras literárias pela legislação de direitos autorais.

Importantes litígios judiciais que marcaram a indústria de videogames envolveram a exploração de direitos de propriedade intelectual. A primeira grande batalha legal da história foi pela Magnavox, proprietária dos direitos sobre o sistema Odyssey, que processou a Atari em 1974 por infração aos direitos de propriedade intelectual. Em 1984 foi movido um processo pela Universal City Studios, Inc. contra a *Nintendo Co. Ltd.* sob a alegação que o jogo Donkey Kong infringiu os direitos protegidos pela produtora com King Kong. A *Nintendo* alegou que o personagem Kong era domínio público e assim, sob o patrocínio do advogado John Kirby, saiu vitoriosa<sup>131</sup> <sup>132</sup>. Por fim, um caso recente foi o processo movido em 2020 pela AM General LLC contra *Activision Blizzard Inc.* em razão do uso, no jogo *Call of Duty*, do

---

<sup>129</sup> WIPO. **Video Games**. Disponível em:

[https://www.wipo.int/copyright/en/activities/video\\_games.html](https://www.wipo.int/copyright/en/activities/video_games.html). Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>130</sup> RAMOS; Andy; LOPEZ, Laura; RODRIGUEZ, Anxo; MENG, Tim; ABRAMS, Stan. **The Legal Status of Video Games: Comparative Analysis in National Approaches**. WIPO. Disponível em: [https://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/creative\\_industries/pdf/video\\_games.pdf](https://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/creative_industries/pdf/video_games.pdf). Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>131</sup> KENT, Steven L. **The Ultimate History of Video Games**. Editora Three Rivers Press. 2001.

<sup>132</sup> Em homenagem ao advogado, Shigeru Miyamoto criou o personagem Kirby para um jogo com o mesmo nome lançado em 1992.

veículo Humvee, de cujos direitos de imagem e design eram propriedade da postulante.

São demandas que envolveram empresas e a discussão sobre o uso indevido ou não de direitos protegidos por pessoas jurídicas. Para este trabalho, é importante entender como é a aplicação dos direitos de propriedade intelectual na relação entre consumidores e desenvolvedoras de jogos, ou seja, limitada a um vínculo B2C.

Em praticamente todos os jogos eletrônicos que são comercializados, existem os termos de uso ou termos de serviço que equivalem, para os devidos fins, a um contrato de adesão firmado entre fornecedor e consumidor. Via de regra, os termos de serviço alertam que o consumidor, ao comprar, ganhar ou receber um ativo virtual, estará recebendo uma licença para acesso que não confere ao adquirente direitos de propriedade (citar os termos consultados). A licença vige enquanto perdurar o acesso ao jogo, de modo que, se o jogador tiver o acesso bloqueado por infringir os termos de uso ou outras regras internas, deixará de ter acesso aos ativos atrelados àquele usuário<sup>133 134 135 136</sup>.

Rebeca Rebs<sup>137</sup>, ao dispor sobre a posse de bens virtuais, aponta que:

Nestes aplicativos, existem itens com funcionalidades estritamente ligadas ao jogo, pelos quais os usuários estão dispostos a pagar com algo (seja virtualmente, simbolicamente ou até mesmo concretamente) para usufruir e terem como posse unicamente em virtualidade. Estes itens ou elementos formados por pixels que vinculam valores capitais para a sua aquisição serão caracterizados como os Bens Virtuais.

---

<sup>133</sup> RIOT GAMES. Política de Reembolso Global. Disponível em: <https://www.Riotgames.com/pt-br/global-refund-policy-BR>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>134</sup> PLAYSTATION. Aspectos legais: termos de serviço. Disponível em: <https://www.playstation.com/pt-br/legal/website-terms-of-use/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>135</sup> MICROSOFT. Regras de uso para produtos digitais. Disponível em: <https://support.Microsoft.com/pt-br/windows/regras-de-uso-para-produtos-digitais-regras-83812b1f-1ecd-9a46-d3a7-ad1eadce49d1>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>136</sup> NINTENDO. Termos de uso. Atualizado até 24/05/2016. Disponível em: [https://www.Nintendo.com/pt\\_BR/terms-of-use/](https://www.Nintendo.com/pt_BR/terms-of-use/). Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>137</sup> REBS, Rebeca Recuero. Bens virtuais em social games. INTERCOM – RBCC. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 205-224. Jul/dez 2012.

A *Riot Games*<sup>138</sup> registra que seus ativos digitais não possuem valor monetário e não são transferíveis nem resgatáveis. A *EA Games*<sup>139</sup> consigna que a licença é pessoal, limitada, transferível, irrevogável e não exclusiva e seus conteúdos digitais não têm valor monetário. A *Epic Games*<sup>140</sup>, responsável por títulos como *Fortnite*, concede autorização dos direitos autorais dos seus produtos para uso pessoal dos consumidores, proibindo a modificação, criação de obras derivadas ou exploração comercial dos produtos ou serviços oferecidos.

Fica claro que o consumidor de jogos eletrônicos adquire, gratuita ou onerosamente, uma licença para uso de produtos e serviços protegidos por direitos de propriedade intelectual. Porém, nem sempre os consumidores são levados a crer que os bens adquiridos serão apenas uma mera licença de uso. Isso não impede, por exemplo, que numa eventual restrição de acesso a uma conta de usuário, o consumidor seja ressarcido pelos bens virtuais que adquiriu e estão atrelados a uma conta interdita, impossibilitando o uso<sup>141</sup>.

Via de regra, a aquisição de qualquer item relativo aos jogos eletrônicos e dentro destes é para uso pessoal, sem direito à transferência a terceiros, inviabilizando a comercialização de ativos de jogos entre consumidores. Porém, mesmo com essa imposição, existem empresas que permitem a transferência de ativos entre usuários. Eventual limitação normativa imposta pelas desenvolvedoras e distribuidoras impedindo a transferência de ativos pode obstaculizar que recompensas obtidas no jogo, principalmente em sistemas de recompensa aleatória, sejam comercializadas via C2C (*consumer to consumer*), impactando em uma das características que relacionam as *loot boxes* a jogos de azar.

---

<sup>138</sup> RIOT GAMES. Termos de Serviço da *Riot Games*. Atualizado até 30/04/2021. Disponível em: <https://www.Riotgames.com/pt-br/terms-of-service-BR>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>139</sup> ELECTRONIC ARTS. Contrato de usuário. Disponível em: <https://tos.ea.com/legalapp/WEBTERMS/US/br/PC/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>140</sup> EPIC GAMES. Termos de serviço. Disponível em: <https://www.epicgames.com/site/pt-BR/tos>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>141</sup> No Brasil as decisões judiciais têm se manifestado favoráveis aos consumidores, condenando as empresas a devolverem o acesso às contas banidas ou ressarcirem o valor despendido com itens virtuais nessas contas. A título de exemplo, processo 0801514-98.2021.8.19.0038. do TJRJ, contra a *Riot Games*, foi movido pleiteando a devolução dos itens digitais vinculados à conta banida ou o ressarcimento pelos valores gastos no jogo *League of Legends*, caso em que a empresa foi judicialmente obrigada a transferir os ativos para uma outra conta de titularidade do jogador. O processo n. 1040722-44.2021.8.11.0001, do TJMT, em decisão recente, determinou à *Riot Games* a restauração da conta de um jogador banido por comportamento tóxico, sem prejuízo dos itens existentes na conta do usuário.

## 2.2. Jogos eletrônicos: produto ou serviço?

### 2.2.1. A evolução do produto ao serviço no mercado de jogos eletrônicos

Os jogos eletrônicos são *softwares* que entraram para o mercado consumidor ao final dos anos 1970 assumindo aspecto de produto. Por muitos anos, jogos consistiam em compras com uma base independente, ou seja, um produto adquirido em uma única compra seja de *cd-room*, disquetes ou *software* que garantia ao consumidor o acesso permanente ao bem. São, em essência, obrigações de dar coisa certa que abrangem os respectivos acessórios, nos termos do art. 233 do Código Civil.

Com a interatividade *online* dos jogos eletrônicos a partir da sétima geração de consoles, surgiu o que hoje é conhecido por jogos como serviço (*Game as a Service – GaaS*), fornecidos como obrigação de fazer. King e Delfabbro<sup>142</sup> relatam que nesses jogos, o jogador precisa ter apenas uma conexão com a internet para ter acesso a jogos que ou são frequentemente atualizados ou modificados resultando em novos parâmetros de jogo.

O mesmo jogo pode, ainda, ser adquirido como um “produto” em uma única compra e oferecer, concomitantemente, serviços contínuos de forma gratuita ou onerosa que podem ou não serem condicionais para o funcionamento esperado do jogo. Reúne, assim, obrigações de dar e de fazer, embora nesse caso as obrigações de fazer estejam vinculadas ao principal, que consiste numa obrigação de dar.

Nas palavras de King e Delfabbro<sup>143</sup>, alguns jogos aprimoraram o modelo tradicional de venda, em que o jogador paga um preço fixo para fazer uso do jogo ou consumir o bem por determinado período de tempo. Uma segunda forma de receita é mais comum em jogos para plataformas portáteis e diz respeito aos jogos gratuitos para jogar (*free-to-play* ou F2P) cuja receita é feita por meio de microtransações. Nesses novos modelos, as desenvolvedoras oferecem conteúdo dentro do jogo por meio de uma receita contínua provida por assinaturas ou outros incentivos periódicos, o que é mais popular em jogos dos gêneros *battle royale* (como *Fortnite*), em jogos MMORPG com assinatura online (como *World of Warcraft*), em jogos gratuitos para jogar principalmente em plataformas móveis (como *Clash of Clans* e *Candy Crush*).

---

<sup>142</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. *Internet Gaming Disorder: Theory, Assessment, Prevention, and Treatment*. 1ª ed. 2018. Editora: Elsevier Academic Press. P. 8.

<sup>143</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. *Internet Gaming Disorder: Theory, Assessment, Prevention, and Treatment*. 1ª ed. 2018. Editora: Elsevier Academic Press. P. 10.



*World of Warcraft* foi lançado em 2004 adotando os dois modelos. Do lançamento até meados de 2018, quem quisesse ter acesso ao jogo deveria pagar um valor pré-determinado o qual conferia acesso ao jogo e, durante trinta dias, ao conteúdo *online*. Passado o período, o usuário que tivesse interesse em manter o acesso virtual e receber conteúdo adicional deveria pagar uma mensalidade de US \$14,99 dólares. Atualmente qualquer pessoa pode ter acesso ao jogo desde que pague a mensalidade pelo serviço<sup>144</sup>.

*Fortnite*<sup>145</sup> adota um sistema de monetização que disponibiliza venda tanto itens de uma loja dentro do jogo quanto um pacote denominado “passe de batalha”, ambos adquiridos mediante moedas *in game* que são adquiridas somente através de microtransações. A loja virtual possui catálogo que é constantemente alterado, criando a sensação de urgência com as ofertas por tempo limitado. No sistema do passe, existe a oferta de um conjunto de itens, pacote alterado periodicamente, que serão disponibilizados aos jogadores mediante pagamento de valor fixo somado ao cumprimento de tarefas dentro do jogo.

*Valorant*<sup>146</sup> e *League of Legends*<sup>147</sup>, da Riot Games, emprega o mesmo sistema híbrido de “passe” somado a outras tarefas que exigem do jogador a disposição de mais tempo dentro do jogo. Em *League of Legends*, por exemplo, existem passes simultâneos ativos e missões com recompensas especiais, todas com a mesma ideia de oferta temporalmente limitada.

No último relatório fiscal da *Activision Blizzard*<sup>148</sup>, responsável pelas franquias *World of Warcraft*, *Candy Crush* e *Call of Duty*, a empresa registrou sua meta em reforçar investimentos nos jogos como serviço com conteúdos sazonais e oferecimento de atualizações recorrentes, tática que tem sido exitosa em termos de aumento de receita.

---

<sup>144</sup> GILLIAN, Ryan. *World of Warcraft* no longer requires a game purchase, just a subscription. 17/07/2018. Polygon. Disponível em: <https://www.polygon.com/2018/7/17/17583338/world-of-warcraft-legion-battle-chest-subscription-only>. Acesso em: 14 marc. 2022.

<sup>145</sup> FORTNITE. Passe de Batalha - Capítulo 3, temporada 2. Resistência. Corra em disparada e escale. Saqueie dirigíveis. Ajude a resistência. Disponível em: <https://www.epicgames.com/fortnite/pt-BR/battle-pass>. Acesso em: 11 abr. 2022.

<sup>146</sup> PLAY VALORANT. O que é o passe de batalha no Valorant? 02/06/2020. Disponível em: <https://playvalorant.com/pt-br/news/game-updates/o-que-e-o-passe-de-batalha-de-valorant/>. Acesso em: 11 abr. 2022.

<sup>147</sup> LEAGUE OF LEGENDS. Esquadrão Anima 2022 – League of Legends. Disponível em: <https://support-leagueoflegends.Riotgames.com/hc/pt-br/articles/4418314476051-Esquadr%C3%A3o-Anima-2022-League-of-Legends>. Acesso em: 11 abr. 2022.

<sup>148</sup> ACTIVISION BLIZZARD. 2020 Annual Report. Disponível em: <https://investor.activision.com/static-files/09bb50e3-b2e8-4407-9ee3-2aec3c7bc29d>. Acesso em: 14 abr. 2022.

Os exemplos demonstram que o mercado foi se amoldando a um novo formato, o de fornecimento de jogos eletrônicos como um serviço, ainda que não dependa de contrapartida onerosa do consumidor. Não faltam métodos para auferir receitas de forma regular, seja por venda de ativos ou planos de assinatura com benefícios.

A *Steam*, criada pela *Valve Inc.* em 2003, é maior plataforma de comercialização virtual de jogos eletrônicos<sup>149</sup> do mundo, detendo uma fatia de mercado de 75% do total de vendas de jogos para computador<sup>150 151</sup>. Um modelo de sucesso que ditou regras no mercado e foi seguido pela criação de diversas outras lojas com a mesma proposta, como *Nuuvem*, *Origin* e *GOG*, e lojas criadas pelas próprias desenvolvedoras até então voltadas para jogos de computador como a *Epic Games* e *EA Games (Electronic Arts)*.

No mercado de consoles, duas das maiores empresas do mercado criaram suas próprias lojas virtuais para vender tanto jogos exclusivos quanto jogos compatíveis. No início dos anos 2000 a *Microsoft* lançou o Xbox Live, e a *Sony*, PlayStation Network (PSN), criando posteriormente os serviços PlayStation Plus e PlayStation Now. Os serviços foram aprimorados anos depois com o *Microsoft GamePass*<sup>152</sup>, que possui atualmente 25 milhões de assinantes<sup>153</sup> e o PlayStation Plus, que conta com 48 milhões de assinantes<sup>154</sup>. A *Nintendo* também lançou serviço próprio em 2017 denominado *Nintendo e-Shop*, o qual conta hoje com cerca de 32 milhões de inscrições.

---

<sup>149</sup> Por “plataforma de comercialização virtual de jogos eletrônicos” busca-se criar um contraponto com lojas que vendem mídias físicas de jogos eletrônicos. A proposta de negócio da Steam é apenas a venda *online* de jogos eletrônicos, isso sem levar em conta o lançamento de seu *console* portátil, o *Steam Deck*, que ocorreu em 2022.

<sup>150</sup> ZUCKERMAN, Arthur. 75 Steam Statistics: 2020/2021 facts, market share & data analysis. 15/05/2020. Disponível em: <https://comparecamp.com/steam-statistics/#TOC7>. Acesso em: 05 abr. 2022.

<sup>151</sup> GREENWALD, Will. Get Your Games Here: The Best of Online Game Stores. 16/11/2011. Disponível em: [Get Your Games Here: The Best of Online Game Stores | PCMag](https://www.pcmag.com/news/xbox-game-pass-launches-june-1). Acesso em: 11 abr. 2022.

<sup>152</sup> HUMPHRIES, Matthew. **Xbox Game Pass Launches June 1. 24/05/2017. PCGamer. Disponível em:** <https://www.pcmag.com/news/xbox-game-pass-launches-june-1>. Acesso em: 14 abr. 2022.

<sup>153</sup> MICROSOFT. Microsoft to acquire Activision Blizzard to bring the joy and community of gaming to everyone, across every device. 18/01/2022. Microsoft News Center. Disponível em: <https://news.microsoft.com/2022/01/18/Microsoft-to-acquire-activision-blizzard-to-bring-the-joy-and-community-of-gaming-to-everyone-across-every-device/>. Acesso em: 14 abr. 2022.

<sup>154</sup> SONY. Q3 FY2021 Consolidated Financial Results. 2/02/22. Sony Group Corporation. Disponível em: [https://www.Sony.com/en/SonyInfo/IR/library/presen/er/pdf/21q3\\_Sonypre.pdf](https://www.Sony.com/en/SonyInfo/IR/library/presen/er/pdf/21q3_Sonypre.pdf). Acesso em: 9 abr. 2022.

Como exposto, a indústria desenvolveu uma nova forma de explorar o consumo de jogos que foi aprimorando ao longo dos anos. Ao oferecer jogos como serviço, é possível manter uma receita recorrente mediante cobrança periódica para acesso a bens digitais, devidamente limitado pelos termos de cada detentora dos direitos autorais. É essa demanda habitual que faz dos jogos eletrônicos um serviço, ultrapassando a ideia de mero produto de consumo.

### **2.2.2. A tributação de software de acordo com o entendimento da ADI 5659**

Foi apresentado ao longo da pesquisa a afirmação que jogos eletrônicos são considerados *software*, seja para fins mercadológicos ou legislativos. *Software*, de acordo com a Lei 9.609/98, denominado programa de computador, é definido como

[...] a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, de emprego necessário em máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos baseados em técnica digital ou analógica, para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados.

São fornecidos aos consumidores, conforme dito, mediante contrato de licença de uso. Determina a lei, no art. 8º, que tanto para o titular dos direitos do programa quanto dos direitos de comercialização, recai o dever de garantia da validade técnica para promover aos usuários a prestação de serviços que assegurem o adequado funcionamento do *software*, dentro das especificações necessárias. Logo, ao menos dentro do prazo de garantia, há uma prestação de serviços limitada temporalmente e prevista em lei, o que faz os jogos eletrônicos se distanciarem da ideia de produto trazida no Código de Defesa do Consumidor.

Todavia, houve longo debate ao longo dos anos sobre o enquadramento jurídico dos bens digitais. A controvérsia sobre a consideração de software como produto ou serviço para fins de tributação foi apaziguada com o julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 5659<sup>155</sup>, em 2021.

---

<sup>155</sup> BRASIL. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. Pleno. Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 5659. Requerente: Confederação Nacional de Serviços (CNS). Relator Min. Dias Toffoli. Data do julgamento: 24/02/2021. Data da publicação: 20/05/2021. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5132886>. Acesso em: 27 jun. 2022.

Já houve entendimento do Supremo Tribunal Federal, como no citado RE 176.626 SP, no sentido de defender a incidência de ICMS de *softwares* em suporte físico, também conhecido como “*software* de prateleira”, diante da circulação do bem tangível. Também já houve entendimento, na citada ADI 1.945 MT, que o imposto de circulação incidiria também em *softwares* comercializados através de transferência de dados *online*.

Segundo o acórdão, a dicotomia entre as noções de obrigação de fazer e obrigação de dar, antes importante para definição da competência para tributação de negócios jurídicos envolvendo *softwares*, foi recentemente superada pelo Supremo Tribunal Federal. Na decisão, o Supremo entendeu que o critério para incidência de ISS seria a previsão em lei complementar, afastando a aplicação de ICMS.

O raciocínio construído pelo relator Ministro Dias Toffoli é extremamente relevante para este estudo. De acordo com o voto:

Associo a esse critério objetivo, positivado no direito nacional, a noção de que a elaboração de um software é um serviço que resulta do esforço humano, seja o software (i) feito por encomenda, voltado ao atendimento de necessidades específicas de um determinado usuário; (ii) padronizado, fornecido em larga escala no varejo; (iii) customizado, o qual contempla características tanto do software padronizado quanto do software por encomenda; iv) disponibilizado via download, cujo instalador é transmitido eletronicamente de um servidor remoto para o computador do próprio usuário; (v) disponibilizado via computação em nuvem.

Ainda segundo o Ministro relator:

É que, analisando-se a questão dessa perspectiva, constata-se que há uma operação mista ou complexa, envolvendo, além da obrigação de dar um bem digital, uma obrigação de fazer. A obrigação de fazer está presente naquele esforço intelectual e, ainda, nos demais serviços prestados ao usuário, como, v.g., o help desk, a disponibilização de manuais, atualizações tecnológicas e outras funcionalidades previstas no contrato de licenciamento ou de cessão de uso. Esses fundamentos, a meu ver, se aplicam com mais razão ao software padronizado customizado, em que um programa padrão preexistente é modificado para atender às necessidades do usuário.

Assim, no caso julgado que analisou a incidência de tributação, concluiu-se que independentemente natureza corpórea, como o suporte físico, em que um *software* ou jogo eletrônico está, por se tratar de um bem digital não há transferência de propriedade. Isso é típico das operações de *software* que se dão por meio de cessão de direitos de uso.

Uma vez que jogos eletrônicos que são essencialmente *software*, são agora considerados prestação de serviços, seguindo o entendimento esposado pelo Supremo. Essa conclusão fica mais clara quando se verifica que em boa parte dos jogos eletrônicos atualmente comercializados há um serviço contínuo e paralelo de manutenção de servidores, correção de problemas e atualizações que possibilitam que o bem de consumo seja utilizado.

O Código de Defesa do Consumidor distingue, ao longo de seu texto, os bens de consumo em produto e serviço. Tal distinção vai atrair a aplicação de dispositivos específicos que protegem a relação de consumo diante de um produto, que é diferente do vínculo existente no consumo de serviço.

Dessa forma, embora não exista transferência de propriedade do bem, pode até haver um contrato de consumo para oferecimento de um produto, mas diante da análise que envolve o fornecimento de um *software*, há uma efetiva prestação de serviços. Ao consumo de jogos eletrônicos deve, portanto, ser aplicada qualquer norma consumerista afeta à prestação de serviços.

### **2.3. A privacidade e proteção de dados nos jogos eletrônicos**

Em que pese tratar-se de campo específico de estudo, a proteção de dados afeta os consumidores de jogos eletrônicos de formas diversas. A questão da privacidade tem sido debatida com maior afinco principalmente após a publicação do Regulamento Geral de Proteção de Dados da Europa (GDPR), de 2016, que fez com que empresas em todo o mundo se adequassem às diretivas e instrumentos próprios como políticas de proteção de dados. Apesar de debater sobre a criação de uma lei específica sobre privacidade desde 2010, o Brasil publicou a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) somente em 2018, com forte inspiração no regulamento europeu.

Nos termos da legislação brasileira, os dados pessoais devem ser tratados, considerando as operações previstas no art. 5º, inciso X da lei de proteção de dados, dentro dos princípios esposados e a partir de uma base legal pré-determinada e informada aos titulares. No contexto dos jogos eletrônicos, existem bases legais diferentes para cada operação de tratamento.

Quando um jogo eletrônico é adquirido, o consumidor, via de regra, o titular consentir com os termos de uso e com a política de proteção de dados da desenvolvedora, da publicadora ou da plataforma. Sendo mídia física ou digital, a anuência ocorre forma prévia ao jogo propriamente dito.

A Política de Privacidade da *Activision Blizzard*<sup>156</sup>, acessada no Brasil, expressa a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). O documento assegura que menores de dezesseis anos não podem criar uma conta – para ter acesso ao jogo – salvo se criadas e registradas pelos responsáveis legais mediante consentimento expresso.

O termo informa que podem ser coletados dados de nome, endereço, telefone e e-mail para utilizar produtos e serviços que exijam registro, além de idade, data de nascimento, sexo, preferências de jogo e documento de identificação oficial para confirmação de identidade. Essas informações podem ser cruzadas com outros dados pessoais de terceiros e podem ainda serem utilizadas para atualização de cadastro, compra de bens ou serviços, registro de produto ou conta em jogo, pesquisas, suporte técnico e *newsletters*. O fornecimento de dados pessoais é, contudo, condição para o acesso aos jogos da empresa.

Considerando a lei brasileira, pode ser utilizado o consentimento dos titulares para tratar as informações que serão coletadas durante o consumo do jogo eletrônico, mas poderão ser atribuídas outras bases legais para, por exemplo, coleta de dados financeiros para microtransações, compartilhamento internacional e para fins de defesa em processos administrativos ou judiciais. De toda forma, as finalidades de tratamento devem ser informadas aos titulares.

Tomando por referência uma empresa de jogos nacional, a Wild Life disponibiliza o termo no site oficial. Considerando os usos listados dos dados pessoais coletados, todos se enquadram no consentimento previsto em lei. Contudo, política é de adesão obrigatória, condicionando o consentimento dos titulares ao acesso aos produtos e serviços oferecidos pela empresa.

---

<sup>156</sup> *ACTIVISION BLIZZARD*. Política de Privacidade da Blizzard Entertainment. 15 de out. 2021. Disponível em: <https://www.blizzard.com/pt-br/legal/bbee59bd-7386-4098-b584-d79a2d439fdb/politica-de-privacidade-da-blizzard-entertainment>. Acesso em: 27 de jun. 2022.

A política esclarece que não são coletados “intencionalmente” dados de menores de 13 anos nos Estados Unidos nem de 16 anos na União Europeia, mas nada menciona a respeito de menores de idade brasileiros, a despeito do que existe na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). No texto do capítulo “i”, o consentimento dos pais é colocado como facultativo e não como uma conduta de praxe da empresa, em cumprimento à lei. Como boa-prática, a empresa disponibiliza formulário próprio para que responsáveis legais entrem em contato para saber se há tratamento de dados dos menores vinculados.

Na Política de Privacidade da empresa brasileira *Wilflife*, é informado ao titular que são coletados nome e sobrenomes, endereço de e-mail, nome de usuário, faixa etária e localização aproximada, além de outras informações – não se sabe quais – que serão utilizadas autenticar a identidade ou melhorar os serviços prestados. Indiretamente, coleta, dentre outras, informações associadas aos perfis vinculados em rede social, detalhes sobre os aplicativos utilizados e número de identificação de jogador, podendo ainda importar contatos da agenda e até inserir novos contatos manualmente, desde que permitido pelos titulares.

O documento não informa ao titular todos os direitos previstos em lei, sendo omissos quanto à portabilidade, informação sobre compartilhamento e ainda, a anonimização ou bloqueio. Coloca, ainda, que a empresa se isenta de exercer certos direitos “em algumas circunstâncias” como o cumprimento de obrigação legal e o legítimo interesse, este último que sequer possui respaldo legal que o excepciona.

Como se vê dos exemplos trazidos, os usuários aceitam os termos apresentados pela plataforma, desenvolvedora ou publicadora, e nem sempre compreendem ou têm condições de compreender o que foi autorizado, ou ainda, possuem pouca clareza sobre a dimensão do que pode ser feito e processado a partir dos dados fornecidos. Isso dá a entender, segundo Rocha e Maziviero<sup>157</sup>, que o consentimento parece não ser informado e inequívoco tal qual determina a lei, embora, por outro lado, a autodeterminação informativa fornece ao consumidor a falsa sensação de que possui autonomia sobre suas informações pessoais.

---

<sup>157</sup> ROCHA, Luiz Alberto G. S.; MAZIVIERO, Luiza Nobre. Por um clique: como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais possibilita o “consentimento involuntário” de fornecimento de informações de particulares às empresas. *In: Direito do consumidor digital*. Coord: Denis Verbicaro, Loiane Verbicaro, Janaína Vieira. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020.

Embora exista pouca clareza sobre como as empresas de jogos monitoram seus consumidores, é comum se deparar com políticas de privacidade que buscam passar aos usuários informações básicas e suficientes para criar uma sensação de segurança. Apesar disso, não se sabe ao certo como os dados coletados são processados ou se as leis de privacidade são observadas à risca.

De acordo com Whitson e Simon<sup>158</sup>, nos jogos eletrônicos há coleta massiva de dados com intuito de inferir padrões ocultos e correlações no comportamento humano para traçar perfis de consumo, prever suas ações e fazer com que jogadores ajam de acordo. Justamente em razão dessa novo modelo de negócio é que os jogos deixaram de ser um produto estático para se tornar um serviço que é constantemente atualizado ou alterado para manter a atratividade e retenção dos jogadores.

A *Tencent*<sup>159</sup> por exemplo, uma das empresas de jogos com a maior receita do mundo, foi objeto de polêmica ao anunciar em 2021 que, em cumprimento às rigorosas diretrizes de privacidade do país e a determinação de limite de tempo para menores de idade ter contato com videogames, iria incorporar nos seus produtos uma tecnologia de reconhecimento facial. Porém, a Tencent não é a a única a coletar dados excessivos de jogadores para fins os quais aparentemente estão em desconformidade com a lei.

Segundo Egliston<sup>160</sup> coleta de dados de comportamento dos jogadores em relação às suas preferências dentro do ambiente de jogo, ao modo que jogam, ao que jogam, como e com o quê gastam e gastarão dinheiro é prática comum no mercado, viabilizando às empresas entender o público consumidor e oferecer conteúdos e interações específicas. Aponta o autor que os dados não são utilizados apenas para que empresas ajustem o *design* de seus produtos.

---

<sup>158</sup> WHITSON, Jennifer; SIMON, Bart. Game Studies meets Surveillance Studies at the Edge of Digital Culture: An Introduction to a special issue on Surveillance, Games and Play. Julho, 2014. *Surveillance & Society*, 12(3). P. 312.

<sup>159</sup> MAY, Tiffany; CHIEN, Chang. Game over: chinese company deploys facial recognition to limit youth's play. *The New York Times*. 08/07/2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/07/08/business/video-game-facial-recognition-tencent.html>. Acesso em: 17 abr. 2022.

<sup>160</sup> Segundo o jornalista, a efetiva lógica dos jogos é também “usada para gamificar funções e derivar informações que podem não ter sido oferecidas de outra forma” ou para treinar sistemas de inteligência artificial desenvolvidos para fins militares. EGLISTON, Ben. The Unnerving Rise of Video Games that Spy on You. *WIRED*. 1/2/2022. Disponível em: [The Unnerving Rise of Video Games that Spy on You | WIRED](https://www.wired.com/story/the-unnerving-rise-of-video-games-that-spy-on-you/). Acesso em: 17 abr. 2022.



Esses dados são tratados também para capitalizar a atenção dos jogadores por meio de propaganda direcionada, com formatos de anúncios que oferecem interação e/ou recompensas e para estimularem a tomada de decisão dos consumidores a partir de heurísticas. Aos titulares, contudo, é informado apenas que poderá haver coleta para fins de publicidade e anúncios, o que pode criar a equivocada noção que as propagandas mostradas são aleatórias e que o consumidor tem total controle sobre o ato consumo.

De acordo com Koch<sup>161</sup>, as pessoas têm duas vezes mais disposição em prestar atenção em anúncios de jogos do que em anúncios gerais na internet, em revistas ou outdoors. Há ainda uma preferência por anúncios *opt-in* (com opção de serem vistos) em relação a anúncios obrigatórios e 67% das pessoas entrevistadas admitiram ver anúncios em troca de uma recompensa dentro do jogo.

Estamos em um mundo movido a grandes quantidades de dados e equações matemáticas as quais substituem outras ferramentas como a análise do comportamento humano, da psicologia, da linguística e da sociologia<sup>162</sup>. É como se não houvesse mais relevância, em termos mercadológicos, entender o que motiva as pessoas a determinados comportamentos e respostas, mas aceitar que, a partir da inferência de dados, as pessoas fazem o que fazem e com isso, as empresas planejam meios de mantê-las assim ou fazer com que façam outras coisas. Esse é terreno fértil para as microtransações.

## 2.4. O consumidor de jogos eletrônicos

Consumidor, conforme explicado, é o agente da atividade econômica que usa o bem como destinação final, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor. A lei tomou por referência o caráter econômico, colocando o personagem que atua adquirindo produtos e serviços<sup>163</sup>, de modo que não restam dúvidas que aquele que adquire e joga jogos eletrônicos está enquadrado dentro dessa definição.

---

<sup>161</sup> KOCH, Lucy. US Consumers Appreciate In-Game Ads: two in three would give up social, TV over mobile gaming. 17/07/2019. EMarketer. Disponível em: <https://www.emarketer.com/content/us-consumers-appreciate-in-game-ads>. Acesso em: 5 fev. 2022.

<sup>162</sup> ANDERSON, Chris. The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete. WIRED. 23/06/2008. Disponível em: <https://www.wired.com/2008/06/pb-theory/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

<sup>163</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; NERY JR, Nelson; DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 10 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011. Volume 1.

Além do consumidor propriamente dito, há a figura do consumidor equiparado que consiste na coletividade de pessoas que, mesmo indetermináveis, atuaram na relação de consumo. Porém circunstâncias no ambiente de consumo dos jogos eletrônicos fazem surgir peculiaridades nestes sujeitos. Isso porque, embora determinados agentes se enquadrem na figura de consumidor, suas práticas levam a questionar se há uma real destinação final do bem.

Se, por um lado, existem aqueles que se dedicam aos jogos por mera diversão, existem aqueles que se dedicam à melhoria de itens e de personagem com intuito de alienar, via pessoa física ou jurídica, o acesso da conta a terceiros<sup>164</sup>. Tem ainda aqueles que cedem temporariamente o acesso às suas contas mediante pagamento em dinheiro<sup>165</sup> e há os jogos *blockchain*, em que o tempo de jogo e as recompensas são criptoativos e podem ser convertidos em criptomoedas<sup>166</sup>. Há, nesses casos, uma opacidade na ideia de consumidor final trazida na lei brasileira.

Por outro lado, as situações acima descritas não são suficientes para caracterizar esses jogadores como fornecedores nos termos da lei. Isso porque embora as condutas narradas sejam práticas comuns de mercado, boa parte delas são ilegítimas de acordo com os termos de uso de boa parte dos jogos e das normas afetas à propriedade intelectual dos desenvolvedores de jogos.

---

<sup>164</sup> O livro *Play Money: or, how I quit my job and made millions trading virtual loot* traz uma verdadeira jornada sobre como ganhar dinheiro apenas com venda de itens em jogos bem antes da popularização dos criptoativos. É uma prática corriqueira a comercialização de acessos à contas de jogos - e não da conta em si, a qual pertence, por contrato, à desenvolvedora do jogo em sentido amplo. Leia mais em: DIBBEL, Julian. *Play Money: or, how I quit my job and made millions trading virtual loot*. Basic Books, Nova York. 2006.

<sup>165</sup> A prática é comum e plataformas virtuais como Mercado Livre que viabilizam anúncios para o aluguel de contas de *PlayStation*, *Xbox* e *Nintendo*. A vantagem é bilateral: o proprietário da conta cede o acesso com toda a sua biblioteca de jogos, ou apenas de um jogo, e o “locatário” tem acesso a uma variedade de jogos, ou a um jogo específico, sem que precise pagar o valor integral de qualquer deles. A título de exemplo, é possível alugar “Kena: Bridge of Spirits” lançado em 2021 por um mês por R\$ 25 (vinte e cinco) reais ([https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2028426368-aluguel-kena-bridge-of-spirits-ps4-1-\\_JM#position=16&search\\_layout=grid&type=item&tracking\\_id=94f943f3-805d-4823-b913-8be15ee0b157](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2028426368-aluguel-kena-bridge-of-spirits-ps4-1-_JM#position=16&search_layout=grid&type=item&tracking_id=94f943f3-805d-4823-b913-8be15ee0b157)), jogo este que, novo, sai por R \$214,00 (duzentos e quatorze reais), de acordo com o site da PSN Brasil (<https://www.playstation.com/pt-br/games/kena-bridge-of-spirits/>). A consulta foi realizada em 18 de abril de 2022.

<sup>166</sup> O aluguel de contas tem ocorrido também nos jogos *blockchain*, caracterizados pelo *pay-to-win*. Nesse caso, o detentor de determinada conta possui respaldo nos termos de uso e investe em criptoativos em diversas contas, repassando o acesso temporário a terceiros mediante uma parceria na porcentagem de ganhos. A *Yeld Guild Games* tem como projeto de negócio administrar contas em jogos *blockchain* e combina uma porcentagem dos ganhos com os jogadores que utilizam sua conta, pagamento esse que chama de “bolsa”. GOEKING, Weruska. Brasileiros fazem renda extra com jogo de NFT e driblam crise da covid-19. 05/07/2021. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/cripto/noticia/2021/07/05/brasileiros-fazem-renda-extra-com-jogo-de-nft-e-driblam-crise-da-covid-19.ghtml>. Acesso em: 17 mar. 2022.

Os jogos eletrônicos, sejam produtos ou serviços, são parte integrante da história da sociedade contemporânea, indo além da ideia de mero entretenimento voltado para o público infantil. São bens de consumo acessíveis a indivíduos de qualquer idade e ultrapassam barreiras geográficas e culturais conectando pessoas do mundo todo dentro de um ambiente único e apartado do mundo externo.

**a. O contato de crianças e adolescentes com jogos eletrônicos e a teoria do comportamento social típico de Karl Larenz**

Em que pese muitos dos mais famosos títulos de jogos eletrônicos não serem voltados aos menores de idade, o acesso desses sujeitos tanto a jogos quanto às microtransações é implicitamente aceito no mercado. A pesquisa não ignora que absolutamente incapazes tenham acesso aos jogos eletrônicos que não são abertamente direcionados a sua idade e tem em conta que o comportamento social típico pode ser argumentado para validar microtransações realizadas por quaisquer indivíduos menores de idade<sup>167</sup>.

Todavia, na falta dados que demonstrem o consumo de crianças, tendo por referência a Pesquisa Game Brasil que levantou dados apenas de indivíduos maiores de dezesseis anos e as pesquisas da NewZoo, com dados de jovens acima de treze anos, este capítulo será focado nos relativamente incapazes, sujeitos entre maiores que dezesseis e menores que dezoito anos.

---

<sup>167</sup> Uma matéria do E-Sportv relacionou crianças que tem ganhado popularidade em transmissões via *streaming* com jogos violentos. É o caso do jovem Rowdy de 5 anos que faz *lives* jogando *Call of Duty*, Isaac Guedes Moura, de 12 anos, com *Free Fire*, Jean Mago que joga *League of Legends* desde os 10 anos e Arthur Fernandes, que pela performance de destaque em *Free Fire*, foi contratado aos 13 anos por uma organização de *e-Sports*. Leia mais em: CORREA, Juliano. **A base vem forte: conheça influenciadores mirins do mundo dos games**. E-SporTV. 12/05/2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/e-sportv/noticia/a-base-vem-forte-conheca-influenciadores-mirins-do-mundo-dos-games.ghtml>. Acesso em: 26 abr. 2022.

Crianças e adolescentes são considerados, em termos de desenvolvimento cognitivo, indivíduos em formação e seus interesses devem ser protegidos. O Marco Civil da Internet estabelece, no art. 29, que os provedores de internet devem compatibilizar a proteção da criança e do adolescente com o uso da internet, devendo promover medidas educativas sobre uso e boas práticas no ambiente digital. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) dispõe sobre o tratamento de dados de crianças e adolescentes, determinando regras específicas para o consentimento dos pais ou responsáveis legais. O Código de Defesa do Consumidor confere proteção específica nas práticas abusivas quando elenca no art. 37, parágrafo segundo, as práticas de publicidade que se aproveitam dessa condição de deficiência no julgamento e experiência desses sujeitos.

Em que pese os dispositivos citados, há lacuna legislativa que confira reconhecimento de validade e eficácia dos atos de consumo praticados por relativamente incapazes e, diante disso, é possível que as relações obrigacionais assumidas por menores de idade possam ser juridicamente reconhecidas por meio do comportamento social típico. Isso não retira a responsabilidade direta dos responsáveis legais, considerando que a supervisão moderada e adequada em relação aos conteúdos que crianças e adolescentes têm acesso decorrem do poder familiar, baseado na Constituição Federal e no Código Civil, art. 1.630.

A teoria das “relações obrigacionais resultantes de comportamento social típico” foi criada por Gunter Haupt e aperfeiçoada por Karl Larenz<sup>168</sup> e entende que é possível reconhecer as relações obrigacionais decorrentes de comportamentos sociais típicos, buscando assim ampliar as fontes das relações obrigacionais sem comprometer a autonomia privada. É uma construção recente que coexiste sob as bases do ordenamento jurídico vigente.

Pela teoria, há uma presunção que a relação jurídica de tipo contratual surge pela aceitação fática de uma prestação oferecida. O agente consegue retirar do comportamento de outro, ainda que não reúna a condição de plena capacidade exigida por lei, o significado de uma declaração de vontade a partir de um comportamento empiricamente condizente com essa declaração.

---

<sup>168</sup> LARENZ, Karl. O estabelecimento de relações obrigacionais por meio de comportamento social típico (1956). Trad. Alessandro Hirata. V. 2 N. 1 (Jan-Jun 2006). P. 55-64. Disponível em: [https://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/rdgv\\_03\\_p055\\_064.pdf](https://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/rdgv_03_p055_064.pdf). Acesso em: 20 jan. 2021.

Dessa forma, o efeito obrigatório do comportamento do consumidor se fundamenta não em razão de a ele ser imputado ao sujeito como expressão de vontade própria de se obrigar, mas pelo fato de, sem levar em conta a vontade do agente, o comportamento é entendido, segundo usos e costumes, como justificador de uma obrigação.

De acordo com o Código Civil, inexistente dispositivo que proíba os relativamente incapazes de contrair obrigações que gerem os efeitos típicos das relações ordinárias, ao passo que também consolida, desde que realizado de boa-fé, a possibilidade de se reconhecer como culturalmente válidas as relações jurídicas firmadas por relativamente incapazes, principalmente em se tratando de atos de consumo. Esse sentimento é de suma importância para atribuir validade e eficácia aos atos praticados por relativamente incapazes.

Isso porque, considerando a Teoria do Fato Jurídico, os fatos, quando incidem na norma jurídica, passam a ser fatos jurídicos. Uma vez que o suporte fático existe no mundo jurídico, Marcos Bernardes de Mello propõe, com base em Pontes de Miranda, que o jurídico deve atravessar os planos da existência, validade e eficácia.

Segundo Mello<sup>169</sup>, os fatos jurídicos passam a existir quando ocorre a incidência da norma jurídica em que a parte relevante do suporte fático é transportada para o mundo jurídico, o qual entram todos os fatos jurídicos, lícitos ou ilícitos<sup>170</sup>. Uma vez existente, o fato jurídico passa por uma análise acerca dos vícios invalidades, podendo também perpassar pelo plano da eficácia, que diz respeito aos efeitos dos fatos jurídicos, produzidos inclusive por fatos jurídicos inválidos.

O fato jurídico se destringe em espécies, considerando os elementos de sua formação e efeitos. O fato jurídico *lato sensu* se divide em fato jurídico *stricto sensu*, ato-fato jurídico e em ato jurídico *lato sensu*, este que, por sua vez, pode ser tanto ato jurídico *stricto sensu* quanto negócio jurídico. Interessa aqui o estudo do ato-fato jurídico, que consiste em fato materializado a partir da conduta humana, independentemente da livre manifestação de vontade emanada por agente capaz<sup>171</sup>.

---

<sup>169</sup> MELLO, Marcos Bernardes de. **Teoria do fato jurídico: plano da existência**. São Paulo: Saraiva, 2019. Parte 1. Recurso Online. P. 163.

<sup>170</sup> Citando Mello (2019, p. 183): “[...] do ponto de vista do direito, não existe diferença ontológica entre o lícito e o ilícito, uma vez que ambos são jurídicos porque, e somente porque, recebem a incidência juridicizante de uma norma jurídica. A diferença que existe entre eles é, em essência, axiológica, nunca ontológica. E tanto é verdadeira essa observação que um fato que hoje seja considerado (= valorado) ilícito pode, amanhã, por modificação da norma jurídica, passar a ser considerado lícito”.

<sup>171</sup> MELLO, Marcos Bernardes de. P. 175.

A conduta é a substância do fato jurídico e a norma a vê como avolitiva, mas provida de efeitos. É nesse seio que há espaço para a consideração do comportamento social típico e para se reconhecer, como existentes, válidos e eventualmente eficazes, os atos fatos praticados por relativamente incapazes dentro das relações de consumo.

O consumo de bens virtuais por crianças e adolescentes deve, entretanto, estar de algumas cautelas. Lembra Seco<sup>172</sup> que o modelo atual trazido no ordenamento, que considera a autonomia dos menores de idade a partir da comparação com o grau de discernimento e compreensão do homem médio, já não se mostra adequadamente aplicável. Segundo a autora:

Com atenção às dificuldades para se reconhecer a autonomia da criança e do adolescente em face da dúvida sobre o seu discernimento, e tendo em vista a percepção dinâmica de que se trata, de qualquer forma, de um indivíduo em desenvolvimento que tende para a plena autonomia, propõe-se a valoração das decisões existenciais com base nos critérios da *reversibilidade* ou *irreversibilidade*, e da *adiabilidade* ou *inadiabilidade*.

Dessa forma, os critérios de valoração apresentados, com base em análises qualitativa (relativa à adiabilidade) e quantitativa (em se tratando de reversibilidade), buscam sugerir métodos para respaldar a análise da autonomia do menor de idade e os efeitos jurídicos que poderão ser produzidos e reconhecidos. Pode ser um caminho viável para pautar o debate sobre a limitação de menores de idade no consumo de jogos eletrônicos e microtransações.

Fato é que adolescentes realizam diariamente contratos em ambiente virtual os quais, considerando a literalidade normativa, não possuem reflexos diretos e automáticos em decorrência da falta de um dos elementos de existência do negócio jurídico. Representa, de acordo com a Pesquisa Game Brasil<sup>173</sup>, pessoas de 16 a 19 anos representaram 10,3% dos jogadores brasileiros, não trazendo dados sobre consumidores abaixo dessa faixa etária.

---

<sup>172</sup> SÊCO, Thaís Fernanda Tenório. **Por uma nova hermenêutica do direito da criança e do adolescente**. Civilistica, Rio de Janeiro, a. 3, n. 2, jul.-dez./2014.

<sup>173</sup> PESQUISA GAME BRASIL, 2021. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/>. Acesso em: 13 jul. 2021.

Então, adolescentes entre dezesseis e dezoito anos, apesar da capacidade relativa, não podem realizar negócios jurídicos propriamente ditos, mas praticam atos-fatos jurídicos, podendo conferir validade e efeitos às relações consumeristas que fazem parte. Na falta do elemento jurídico, há apenas o contrato como operação econômica que reconhece a troca realizada, que tem seus efeitos reconhecidos por uma conduta socialmente típica e amplamente aceita.

Com isso, não se defende a desconsideração dos atos de consumo praticados por esses sujeitos. É possível que, mesmo diante da situação de vulnerabilidade, estejam cientes das circunstâncias das microtransações e optam por fazê-las. A questão reside, todavia, em relação aos custos ocultos e aos riscos que indivíduos menores de idade estão submetidos, daí a proposta de regulamentação trazida ao final deste trabalho.

## b. Os jogadores maiores de dezoito anos

Os consumidores acima de dezoito anos, agentes capazes de acordo com a lei, representam a maior parte das pessoas que têm contato direto com jogos eletrônicos. A Pesquisa Game Brasil<sup>174</sup> identificou que indivíduos entre 20 a 49 anos representam o maior grupo de consumo de jogos eletrônicos no país. O maior percentual reside na faixa etária entre 20 a 24 anos, correspondendo a 22,5% dos jogadores do país. Alguns estudos citados ao longo dessa pesquisa apontam que esse público alvo, em que pese não seja vulnerável em comparação com crianças e adolescentes, podem ser também afetados pelos efeitos nocivos do consumo e das microtransações.

A predisposição ao desenvolvimento de vícios relacionados ao contato de jogos é maior na população adulta em relação a crianças e adolescentes, segundo identificado por Chia *et al*<sup>175</sup> em estudo com a população do sudoeste asiático. De acordo com os autores, a idade é relevante moderador para problemas de vício em jogos, de modo que quanto maior a idade da amostra, maior a quantidade de pessoas afetadas. Em números, 15,4% dos adultos pesquisados apresentaram alta prevalência de vício em jogos, enquanto 9,3% eram adolescentes e 7,5%, crianças. Alguns fatores podem ser atribuídos a isso: estudantes de ensino médio e jovens adultos possuem proficiência tecnológica, maior autonomia e oportunidade para utilizar dispositivos.

Rockloff *et al*<sup>176</sup> também identificou que adolescentes e jovens adultos que compram *loot boxes* tem mais tendência a desenvolver transtornos por vício em jogo. A pesquisa foi realizada entre moradores da Austrália com 12 a 24 anos e buscou demonstrar como as caixas de saque são itens atrativos para consumo daqueles que possuem predisposição em atividades de jogos de azar, apontando ainda maior vulnerabilidade entre jovens do sexo feminino do que aqueles do sexo masculino.

---

<sup>174</sup> PESQUISA GAME BRASIL, 2021. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/>. Acesso em: 13 jul. 2021.

<sup>175</sup> CHIA, Doris X. Y.; NG, Charis W. L.; KANDASAMI, Gomathinayagam; SEOW, Mavis Y. L.; CHOO, Carol C; CHEW, Peter K. H.; LEE, Cheng; ZHANG, Melvyn W. B. Prevalence of internet addiction and gaming disorders in Southeast Asia: a meta-analysis. 2020. International Journal of Environmental Research and Public Health. Basel, Suíça. P. 12/13.

<sup>176</sup> HING, Nerilee; ROCKLOFF, Matthew; RUSSEL, Alex M.; BROWNE, Matthew; NEWALL, Philip; GREER, Nancy; KING, Daniel L.; THORNE, Hahhan. Loot box purchasing is linked to problem gambling in adolescents when controlling for monetary gambling participation. Journal of Behavioral Addictions. Abril 2022.



O debate sobre a proibição ou não das *loot boxes* costuma levar em conta o potencial risco de danos às crianças e adolescentes, mas não se deve ignorar os impactos negativos que podem trazer para o público adulto. Em jovens adultos as motivações mais prevalentes para recorrer aos jogos eletrônicos tem natureza social, o que foi também identificado em *seniors gamers*<sup>177</sup>.

### c. Os seniores gamers

No debate sobre efeitos nocivos do contato com jogos eletrônicos geralmente leva-se em conta jogadores menores de idade em razão da vulnerabilidade decorrente da condição de indivíduo em formação. Além dos efeitos em adultos, documentados nos estudos citados ao longo deste trabalho, há ainda um público vulnerável pouco estudado, os idosos<sup>178</sup>. Não à toa, a Organização Mundial de Saúde (OMS) reconheceu o vício em jogos como uma condição mental não restrita à faixa etária.

Os idosos podem estar mais vulneráveis ao vício em jogos do que se costuma imaginar. Existem poucos estudos que pretendem investigar as motivações de pessoas idosas para o contato com jogos eletrônicos. No estudo realizado por Nap *et al*, as motivações principais identificadas foram para relaxamento, diversão e para passar o tempo, pontos em comum com jovens adultos<sup>179</sup>. A NBC News de 2019<sup>180</sup>, entrevistou Audrey Buchanan, de 88 anos, que começou a jogar *Animal Crossing: New Leaf*, e Shirley Curry, de 83, que não apenas começou a jogar *The Elder Scrolls: Skyrim* (Bethesda Game Studios, 2011) como iniciou um canal no Youtube transmitindo o jogo, além de outras pessoas.

---

<sup>177</sup> NAP, Henk Herman; KORT, Yvonne A. W. de; IJSSELSTEIJN, Wijnand A. Senior gamers: preferences, motivations and needs. Game Experience Lab, Human-Technology Interaction Group, Eindhoven University of Technology. Eindhoven, Holanda. 2009. Disponível em: <https://journal.gerontechnology.org/archives/1054-1055-1-PB.pdf>. Acesso em 20 jan. 2022.

<sup>178</sup> Para fins do Estatuto do Idoso (Lei 10.741/03), art. 1º, são considerados idosos pessoas com idade igual ou superior a 60 anos.

<sup>179</sup> NAP, Henk Herman; KORT, Yvonne A. W. de; IJSSELSTEIJN, Wijnand A. Senior gamers: preferences, motivations and needs. Game Experience Lab, Human-Technology Interaction Group, Eindhoven University of Technology. Eindhoven, Holanda. 2009. Disponível em: <https://journal.gerontechnology.org/archives/1054-1055-1-PB.pdf>. Acesso em 20 jan. 2022.

<sup>180</sup> ROSENBLATT, Kalhan. Older people are embracing video games. For some, that means stardom. NBC News. 29/08/2019. Disponível em: <https://www.nbcnews.com/tech/video-games/older-people-are-embracing-video-games-some-stardom-n1047906>. Acesso em: 22 jan. 2022.

Em 2016 a *American Association of Retired Persons and the Entertainment Software Association*<sup>181</sup>, uma espécie de associação de aposentados, entrevistou cerca de 2.900 pessoas e identificou que 38% dos norte-americanos acima de 50 anos jogavam jogos eletrônicos, sendo 40% desse percentual formado por mulheres. Os *seniors gamers*, como são chamados, costumam jogar mais em computador (59%) e dispositivos móveis (57%) do que em consoles, e dos jogadores, mais da metade confessou ter acesso a jogos *online* em diferentes plataformas há, pelo menos, cinco anos. Outro dado importante é o tempo em contato com jogos:  $\frac{3}{4}$  dos pesquisados jogam semanalmente e 4 entre 10 têm contato diário<sup>182</sup>.

Em 2005 a BBC patrocinou estudo investigativo sobre o perfil de jogadores entre 51 a 65 anos<sup>183</sup> o qual verificou uma preferência desse grupo para jogos de tabuleiro, *quiz* ou *puzzles*<sup>184</sup>. Nap *et al*<sup>185</sup> identificaram, a partir de seus estudos, tendência de *seniors gamers* em consumir jogos eletrônicos que contenham cartas ou tabuleiro que remetem aos jogos que tiveram contato na infância, em detrimento de jogos que requeiram o aprendizado de habilidades motoras rápidas, como jogos de luta. A falta de pesquisas atuais apurando as preferências desse público, o tipo de consumo ou a predisposição em gastos com microtransações dificulta a análise de eventuais mudanças de comportamento em conjunto com o exponencial crescimento do mercado de jogos no mundo todo. Todavia, serve como referência para identificar a abrangência dos jogos eletrônicos.

---

<sup>181</sup> AARP Research. Video games: attitudes and habits of adults age 50-plus. Disponível em: [https://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys\\_statistics/life-leisure/video-games-attitudes-habits.doi.10.26419%252Fres.00125.001.pdf](https://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys_statistics/life-leisure/video-games-attitudes-habits.doi.10.26419%252Fres.00125.001.pdf). Acesso em: 22 jan. 2022.

<sup>182</sup> A título de curiosidade, encontrei alguns canais com streaming de jogadores idosos. Uma delas é a Shirley Curry com quase um milhão de inscritos no youtube e perfil verificado pela plataforma (<https://www.youtube.com/c/ShirleyCurryTheOlderGamer>), GrandpaGaming com pouco mais de 76 mil seguidores (<https://www.youtube.com/GrandpaGaming>), Gamer Grandma com 535 mil inscritos (<https://www.youtube.com/c/GamerGrandma/videos>) e a brasileira Dona Maria Gameplays, com 60 mil inscritos na plataforma (<https://www.youtube.com/c/DonaMariaGameplays>). Esses canais demonstram não apenas que existe consumo de jogos eletrônicos por pessoas mais velhas, mas também que esse público está inserido em vários segmentos dos jogos eletrônicos além do consumo em si, sendo, como se vê, produtores de conteúdo por meio de vídeos e streaming.

<sup>183</sup> BBC. Gamers In The UK: Digital play, digital lifestyles. 2005. Disponível em: [https://crystaltips.typepad.com/wonderland/files/bbc\\_uk\\_games\\_research\\_2005.pdf](https://crystaltips.typepad.com/wonderland/files/bbc_uk_games_research_2005.pdf). Acesso em: 20 jan. 2022.

<sup>184</sup> O mesmo estudo concluiu não haver amostras significativas para identificar preferências em relação a pessoas maiores de 65 anos.

<sup>185</sup> NAP, Henk Herman; KORT, Yvonne A. W. de; IJSSELSTEIJN, Wijnand A. **Senior gamers: preferences, motivations and needs**. Game Experience Lab, Human-Technology Interaction Group, Eindhoven University of Technology. Eindhoven, Holanda. 2009. Disponível em: <https://journal.gerontechnology.org/archives/1054-1055-1-PB.pdf>. Acesso em 20 jan. 2022.

De acordo com a pesquisa Game Brasil de 2021, 19% das pessoas acima de 40 anos consomem jogos eletrônicos, sendo 12,2% entre 40 a 49 anos e 6,8% com mais de 50 anos. Os dados não fazem recorte específico com a população com idade maior ou igual a 60 anos, o que prejudica o melhor entendimento do perfil de consumo no país e a elaboração de hipóteses sobre o impacto dos jogos eletrônicos e a predisposição para comportamentos de vício. Todavia, os dados levantados a partir das pesquisas apontadas permitem reconhecer a existência de um grupo de jogadores que, em geral, não é tomado em consideração quando se fala em mercado de jogos eletrônicos.

Embora não seja a intenção desta pesquisa aprofundar nos efeitos sociais e psicológicos de indivíduos das mais diversas faixas etárias, é importante consignar que os jogos eletrônicos podem causar efeitos nocivos em quaisquer indivíduos de quaisquer faixas etárias, de modo que as questões envolvendo vício, microtransações e *loot boxes* não se restringem apenas às crianças e adolescentes. Em que pese o empenho de organizações voltadas à proteção do público infanto-juvenil no contato com os jogos eletrônicos, as questões afetas à essa pesquisa abrangem o público consumidor de jogos eletrônicos como um todo.

## **2.5. Compilado da literatura especializada sobre o transtorno envolvendo jogos eletrônicos**

Este capítulo irá ficar em três acadêmicos na área de psicologia que se destacaram por estudar o comportamento de vício em jogos ao longo dos anos e acabaram culminando no estudo das *loot boxes*: os australianos Daniel L. King e Paul H. Delfabbro e o inglês Mark D. Griffiths. Embora nas últimas décadas tenha aumentado o interesse na pesquisa e o volume de estudos publicados, esses autores são referência em transtornos em jogos eletrônicos e transtornos por vício em *internet*.

Nos anos 1980 a Câmara dos Comuns no Reino Unido iniciou debate a partir da desconfiança dos efeitos dos jogos eletrônicos como *Space Invaders*<sup>186</sup>, num ciclo que se renova a partir de títulos lançados que se popularizaram. Em 1982 foi publicada a carta *Space Invaders Obsession* pelo *Journal of the American Medical Association* apontando uma aparente afetação psiquiátrica por pessoas que jogaram o jogo<sup>187</sup>. O atual primeiro ministro Boris Johnson já se pronunciou, em 2007, atribuindo aos videogames a queda nas taxas de alfabetização apontando que crianças e adolescentes quando jogavam pareciam “lagartos” absorvidos no jogo<sup>188</sup>, mas mudou de ideia alguns anos depois quando em 2016, já prefeito de Londres, protagonizou um vídeo de *Minecraft* para divulgar o *London Games Festival*<sup>189</sup>.

Casos clínicos somados a outros estudos apontam que alguns indivíduos apresentavam dificuldade em controlar seu engajamento em atividades relacionadas aos jogos eletrônicos e jogavam excessivamente, resultando em sintomas físicos e mentais, sobretudo comprometimento funcional<sup>190</sup>. Em 2013, transtorno do jogo pela internet foi incluído na quinta edição do manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais da *American Psychiatric Association* (DSM-5)<sup>191</sup> como o único transtorno não relacionado a substâncias, identificado na maior parte no público do sexo masculino. No manual foi definido a partir do uso persistente e recorrente da internet para jogos, frequentemente com outros jogadores, levando a prejuízos clínicos significativos identificados a partir de pelo menos cinco dos sintomas abaixo listados, no período de doze meses:

---

<sup>186</sup> ETCHELLS, Dr. Pete. Why we need to stop *loot boxes* from becoming another moral panic. 14/01/2021. Science Focus. Disponível em: <https://www.sciencefocus.com/comment/why-we-need-to-stop-loot-boxes-from-becoming-another-moral-panic/>. Acesso em: 3 fev. 2022.

<sup>187</sup> ROSS, Donald R.; FINESTONE, Douglas H.; LAVIN, Gordon K. Space Invaders Obsession. Setembro de 1982. American Medical Association. Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jama/article-abstract/377399>. Acesso em: 03 fev. 2022.

<sup>188</sup> Nas palavras de Johnson, as crianças e adolescentes pareciam “They become like blinking lizards, motionless, absorbed, only the twitching of their hands showing they are still conscious. These machines teach them nothing. They stimulate no ratiocination, discovery or feat of memory”. Em: GIBSON, Ellie. Boris Johnson slams videogames. 05/01/2007. GameIndustry.biz. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/articles/boris-johnson-slams-videogames>. Acesso em: 02 fev. 2022.

<sup>189</sup> RAMGOBIN, Ryan. Boris Johnson stars in a Minecraft video to promote London Games Festival . 20/01/2016. Independent. Disponível: <https://www.independent.co.uk/games/boris-johnson-stars-in-a-minecraft-video-to-promote-london-games-festival-a6822566.html>. Acesso em: 03 fev. 2022.

<sup>190</sup> BILLIEUX, Joel; STEIN, Dan J.; CASTRO-CALVO, Jesús; HIGUCHI, Susumu; KING, Daniel L. Rationale for and usefulness of the inclusion of gaming disorder in the ICD-11. Abril de 2021. World psychiatry: official journal of the World Psychiatric Association (WPA) 20(2):198-199.

<sup>191</sup> American Psychiatric Association. Internet Gaming Disorder. 2013. Disponível em: [https://www.psychiatry.org/File%20Library/Psychiatrists/Practice/DSM/APA\\_DSM-5-Internet-Gaming-Disorder.pdf](https://www.psychiatry.org/File%20Library/Psychiatrists/Practice/DSM/APA_DSM-5-Internet-Gaming-Disorder.pdf). Acesso em: 2 fev. 2022.

1. Preocupação com jogos pela internet. (O indivíduo pensa na partida anterior do jogo ou antecipa a próxima partida; o jogo pela internet torna-se a atividade dominante na vida diária.) Nota: Este transtorno é distinto dos jogos de azar pela internet, que estão incluídos no transtorno de jogo.
2. Sintomas de abstinência quando os jogos pela internet são retirados. (Esses sintomas são tipicamente descritos como irritabilidade, ansiedade ou tristeza, mas não há sinais físicos de abstinência farmacológica.)
3. Tolerância – a necessidade de passar quantidades crescentes de tempo envolvido nos jogos pela internet.
4. Tentativas fracassadas de controlar a participação nos jogos pela internet.
5. Perda de interesse por passatempos e divertimentos anteriores em consequência dos, e com a exceção dos, jogos pela internet.
6. Uso excessivo continuado de jogos pela internet apesar do conhecimento dos problemas psicossociais.
7. Enganou membros da família, terapeutas ou outros em relação à quantidade do jogo pela internet.
8. Uso de jogos pela internet para evitar ou aliviar um humor negativo (p. ex., sentimentos de desamparo, culpa, ansiedade).
9. Colocou em risco ou perdeu um relacionamento, emprego ou oportunidade educacional ou de carreira significativa devido à participação em jogos pela internet<sup>192</sup>.

A Organização Mundial de Saúde (OMS) publicou, em meados de 2018, a 11ª revisão da Classificação Internacional de Doenças (CID), trazendo a inclusão, com o código 6C51, do transtorno em jogos eletrônicos como um padrão no comportamento de jogo caracterizado por um controle prejudicado de acesso ao jogo e precedência do jogo em relação às outras atividades<sup>193</sup>. A nova classificação entrou em vigor em 2022<sup>194</sup>. De acordo com a OMS:

O transtorno de jogo é caracterizado por um padrão de comportamento de jogo persistente ou recorrente ('jogos digitais' ou 'videogame'), que pode ser online (ou seja, pela internet) ou offline, manifestado por: 1. controle prejudicado sobre jogos (por exemplo, início, frequência, intensidade, duração, término, contexto); 2. prioridade crescente dada aos jogos na medida em que os jogos prevalecem sobre outros interesses da vida e atividades cotidianas; e 3. continuação ou escalada de jogos, apesar da ocorrência de consequências negativas. O padrão de comportamento de jogo pode ser contínuo ou episódico e recorrente. O padrão de comportamento de jogo resulta em sofrimento acentuado ou prejuízo significativo em áreas pessoais, familiares, sociais, educacionais, ocupacionais ou outras áreas importantes de funcionamento. O comportamento do jogo e outras características são normalmente evidentes durante um período de pelo menos 12 meses para que um diagnóstico seja atribuído, embora a duração necessária possa ser encurtada se todos os requisitos diagnósticos forem atendidos e os sintomas forem graves.

---

<sup>192</sup> Manual de Diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5. American Psychiatric Association. Tradução: Maria Inês Corrêa Nascimento ... et al.]. Revisão técnica: Aristides Volpato Cordioli ... [et al.]. 5. ed. Dados eletrônicos. Porto Alegre : Artmed, 2014. P; 795-798.

<sup>193</sup> WORLD HEALTH ORGANIZATION. ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics. Versão 02/2022. Disponível em: <https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234>. Acesso em: 14 de abril 2022.

<sup>194</sup> WORLD HEALTH ORGANIZATION. Inclusion of "gaming disorder" in ICD-11. Disponível em: <https://www.who.int/news/item/14-09-2018-inclusion-of-gaming-disorder-in-icd-11>. Acesso em: 3 fev. 2022.

A OMS fez a inclusão após a revisão de evidências coletadas por especialistas de diversas áreas e locais que contribuíram com consultas técnicas sobre o tema, apontando maior predisposição em indivíduos do sexo masculino na idade adulta. Em indivíduos do sexo feminino, embora menos frequentemente diagnosticadas com o transtorno, há maior risco em desenvolver problemas emocionais ou comportamentais. Apesar disso, foram jogos como *Fortnite* que se destacaram nas manchetes apontando o vício do jogo<sup>195 196</sup>.

Em 2018, King e Delfabbro<sup>197</sup> publicaram um dos primeiros livros, com teor informativo e prático, sobre o vício em jogos eletrônicos. Os autores constaram que as características dos jogos são parte da explicação do motivo de serem problemáticos, e até viciantes, para certas pessoas: eles aparentam oferecer aos jogadores uma realidade melhor. Segundo os autores, a interatividade dos jogos confere a sensação de domínio de certas habilidades e de conquista; as recompensas são a sensação de excitação ou realização pessoal; a imersão ajuda os jogadores a esquecer problemas e situações estressantes; a sua aparente “falta de final” faz com que várias horas sejam gastas dentro de um jogo, dentre outras características.

---

<sup>195</sup> ROUNDTREE, Cheyenne. Children hooked on Fortnite will be treated on the NHS after gaming addiction is classified as medical disorder. 17/06/2018. Dailymail UK. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-5853241/Children-hooked-Fortnite-treated-NHS-gaming-addiction.html>. Acesso em: 02 fev. 2022.

<sup>196</sup> PASCUAL, Katrina. 'Fortnite' Addiction Now A Recognized Mental Health Disorder: What Health Experts Say. 28/06/2018. TechTimes. Disponível em: <https://www.techtimes.com/articles/231363/20180628/fortnite-addiction-now-a-recognized-mental-health-disorder-what-health-experts-say.htm>. Acesso em: 02 fev. 2022.

<sup>197</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. Internet Gaming Disorder: Theory, Assessment, Prevention, and Treatment. 1ª ed. 2018. Editora: Elsevier Academic Press. P. 3-8.

Os autores identificaram alguns efeitos do vício em jogos, como mudanças de humor (que variam de irritabilidade a tédio), distúrbios no sono<sup>198</sup>, depressão e ansiedade com risco suicida, desconfortos físicos, piora na alimentação e consumo excessivo de café, isolamento social e comprometimento de relações sociais com pessoas “do mundo real”, insegurança financeira, problemas com a escola ou problemas conjugais, e problemas com produtividade no trabalho. Notaram que, apesar do crescente reconhecimento do distúrbio entre profissionais da saúde, pouco se sabe quais providências tomar a respeito em termos de efetividade de tratamento. Essa solução pode não vir diretamente da legislação, mas certamente existem salvaguardas regulatórias que podem ser criadas e implementadas como forma de reduzir possíveis impactos negativos dos jogos na sociedade.

Outros estudos foram publicados analisando jogadores de diversos países. A Alemanha possui robustos estudos na psicologia identificando o vício em jogo em cerca de 3,5% dos adolescentes<sup>199</sup>, tendo identificado os pesquisadores que, adolescentes com transtorno de jogos da internet (*internet gaming disorder*) apresentaram, em relação àqueles sem o transtorno, contato com jogos por período mais longo, falta às aulas com maior frequência, notas mais baixas e problemas com sono. Em outro estudo na Alemanha, pesquisadores apontaram 1% de dependência com a internet na população em geral (num grupo de pessoas entre 14 a 64 anos), apresentando maiores taxas nas amostras entre 14 a 24 anos<sup>200</sup>.

---

<sup>198</sup> Um estudo mais aprofundado de revisão sistemática de literatura sobre a relação do consumo problemático de jogos e a afetação do sono foi publicado em 2021 por alguns pesquisadores, incluindo Daniel King. Na revisão de 34 estudos publicados sobre o tema, os autores identificaram que existe, de fato, uma forte relação entre vício em jogos e qualidade de sono, mas reforçam a necessidade de investigações mais aprofundadas não apenas para entender melhor a etiologia do distúrbio mas também, para buscar medidas efetivas em termos de tratamento. KRISTENSEN, Joakim Hellumbraten; PALLESEN, Stale; KING, Daniel L.; HYSING, Mari; EREVIK, Eilin K. Problematic gaming and sleep: a systematic review and meta analysis. *Front. Psychiatry*. Junho 2021, Volume 12.

<sup>199</sup> REHBEIN, Florian; KLIEM, Soren; BAIER, Dirk; MOßLE, Thomas; & PETRY, Nancy. Prevalence of internet gaming disorder in German adolescents: Diagnostic contribution of the nine DSM-5 criteria in a statewide representative sample. 2015. *Addiction*, 110, 842–851

<sup>200</sup> RUMPF, Hans-Jurgen; VERMULST, Ad A.; BISCHOF, Anja; KASTIRKE, Nadin; GURTLER, Diana; BISCHOF, Gallus; MEERKERK, Gert-Jan; JOHN, Ulrich; MEYER, Christian. Occurrence of internet addiction in a general population sample: A latent class analysis. 2014. *European Addiction Research*, 20, 159–166.

Um estudo feito na Suíça em 2015 apontou que o transtorno de vício em internet, incluindo jogos eletrônicos *online*, era comum entre pessoas de 15 a 24 anos. No Japão, uma estimativa realizada em 2019 apontou uma média de 5.1% da população afetada pelo transtorno. No Reino Unido, estudos identificaram o vício em jogo em cerca de 0.5% da população, em uma amostra de cerca de 2.500 participantes<sup>201</sup>. Outro estudo publicado em 2017 por Andrew K. Przybylski *et al*<sup>202</sup> em indivíduos entre 18 a 65 anos dos Estados Unidos, Reino Unido, Canadá e Alemanha, identificou que cerca de 3.1% dos entrevistados reconheceram apresentar cinco ou mais indicadores, de uma lista com sintomas do transtorno.

A Faculdade de Medicina da UFMG publicou nota trazendo informações sobre o transtorno. Segundo a psiquiatra Júlia Machado Khoury, o indivíduo com transtorno é afetado de forma semelhante ao dependente químico apresentando sintomas de irritabilidade, efeitos de abstinência, aumento no tempo de jogo, ansiedade e insônia. O texto sugeriu formas de lidar com o problema e indicou procurar ajuda de profissionais da psiquiatria e da psicologia cognitiva comportamental e grupos de apoio como o Jogadores Anônimos<sup>203 204</sup>.

---

<sup>201</sup> KING, Daniel L.; ACHAB, Sophia; HUGUCHI, Susumu; BOWDEN-JONES, Henrietta; MULLER, Kai W.; BILLIEUX, Joel; STARCEVIC, Vladan; SAUNDERS, John B.; TAM, Philip; DELFABBRO, Paul H. Gaming disorder and the COVID-19 pandemic: Treatment demand and service delivery challenges. *Journal of Behavioral Addictions*. Abril, 2022.

<sup>202</sup> PRZYBYLSKI, Andrew K.; WEINSTEIN, Netta; MURAYAMA, Kou. Internet gaming disorder: investigating the Clinical Relevance of a New Phenomenon. Disponível em: <https://ajp.psychiatryonline.org/doi/10.1176/appi.ajp.2016.16020224>. Acesso em: 3 fev. 2022.

<sup>203</sup> BUENO, Alexandre. Vício em games será considerado transtorno de saúde mental: a partir de 2022, o comportamento obsessivo associado a jogos eletrônicos poderá ser diagnosticado e tratado por profissionais da saúde mental. Faculdade de Medicina UFMG. 02 jan. 2020. Disponível em: <https://www.medicina.ufmg.br/vicio-em-games-sera-considerado-transtorno-de-saude-mental/>. Acesso em: 03 fev. 2022.

<sup>204</sup> O projeto denominado Irmandade dos Jogadores Anônimos surgiu, segundo o site, em 1957 em Los Angeles, nos Estados Unidos, e a primeira reunião no Brasil ocorreu em 1993. A ideia parece ser o tratamento do vício e da compulsividade do jogo num geral a partir de encontros periódicos, não havendo menção específica a nada relacionado a jogos eletrônicos. Não existem informações sobre os responsáveis pela condução dos encontros. Maiores informações podem ser obtidas diretamente do site. JOGADORES ANÔNIMOS. Disponível em: <https://jogadoresanonimos.com.br/>. Acesso em: 3 fev. 2022.



As questões que motivam o vício em jogos eletrônicos são inúmeras, muitas delas potencializadas durante as medidas de isolamento social em decorrência da pandemia do coronavírus. Existem estudos que buscam estudar os efeitos sociais do isolamento durante a pandemia e os jogos online, principalmente investigando se houve aumento de comportamentos viciantes. Um deles, feito com jogadores italianos<sup>205</sup>, concluiu que os jogos eletrônicos serviram de compensação social e foram eficazes em mitigar o sofrimento emocional durante o isolamento em decorrência da pandemia. Outro estudo<sup>206</sup>, desconsiderando os reflexos da pandemia, buscou analisar o vínculo dos jogadores problemáticos com os avatares criados no jogo, uma relação que abrange questões psicológicas mais amplas do que uma mera visão de consumo.

São elementos que demonstram que a relação dos consumidores com jogos eletrônicos está, a todo momento, ultrapassando uma mera relação de consumo para alcançar efeitos no cotidiano dos jogadores. Porém, os problemas não são apenas esses: há ainda o risco financeiro potencializado com o aprimoramento das formas de monetização.

---

<sup>205</sup> GIARDINA, Alessandro; DI BLASI, Maria; SCHIMMENTI, Adriano; KING, Daniel L.; STARCEVIC, Vladan; BILLIEUX, Joel. Online gaming and prolonged self-isolation: Evidence from Italian gamers during the COVID-19 outbreak. College of Education, Psychology and Social Work. Fev/2021.

<sup>206</sup> GREENPAUL, Raquel; DELFABBRO, Paul H.; KING, Daniel L. Player-avatar interactions in habitual and problematic gaming: A qualitative investigation. Julho, 2021. Journal of Behavioral Addictions 10(2):223-233.

### 3. Monetização do lazer: as múltiplas formas de transformar jogos em dinheiro

Os jogos eletrônicos ocupam o espaço fronteiro entre arte e tecnologia. Diferente de outras mídias audiovisuais, não são lineares: funcionam com respostas “em tempo real” a partir da interação com os jogadores<sup>207</sup>. Ao ver a cena de um filme em que um personagem toma uma decisão ou compra um bem de consumo, há uma mera relação passiva do espectador com o objeto de entretenimento. Por outro lado, nos *videogames* o jogador assume papel ativo enquanto consome o bem, devendo tomar decisões que resultarão em consequências dentro do jogo. É levado a acreditar, portanto, que é o único responsável pelas decisões que são tomadas dentro do espaço-tempo do jogo.

Como visto no breve estudo de jogos e proteção de dados, as informações coletadas pelos usuários moldam a evolução da indústria. Nas palavras de Nieborg<sup>208</sup>, o primeiro a sugerir o estudo de jogos como mercadoria, fruto da mercantilização cultural capitalista, hoje os jogos são moldados por plataformas, dados e *feedbacks* de usuários. São construídos a partir de práticas dinâmicas responsivas, deixando de adotar modelos de produção regular para focar na atualização substancial e contínua de títulos existentes, transformando produtos em recursos que geram venda sem que exista uma venda propriamente dita, num movimento denominado “assetização”<sup>209</sup>.

Neste capítulo a proposta é investigar a origem das microtransações enquanto método de obtenção de receita e as implicações relativas ao consumo.

---

<sup>207</sup> SCHREIER, Jason. *Sangue, suor e pixels*. Trad. Guilherme Kroll. 1ª ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018. P.13.

<sup>208</sup> NIEBORG, David B. Prolonging the Magic: the political of the 7th generation console game. Dezembro. *Eludamos: Journal for Computer Game Culture*. Vol. 8, n. 1. 2014. P. 47-63.

<sup>209</sup> BERNEVEGA, Alexander; GEKKER, Alex. **The Industry of Landlords: Exploring the Assetization of the Triple-A Game**. *Games and Culture* 2022, Vol. 17(1) 47–69.

### 3.1. As microtransações nos jogos eletrônicos

Diretamente relacionada aos jogos eletrônicos, as microtransações operam por meio de um sistema regido pelo livre mercado, ou seja, a partir de uma oferta que determina a demanda, e vice-versa, conforme apontam Gonçalves e Gonçalves. O termo “micro” antes de transações tem relação com a dimensão dessa transação, normalmente considerada “pequena”, e é usado para se referir à compra e venda de bens virtuais. Para King e Delfabbro<sup>210</sup>, “microtransações são frequentemente compreendidas como o uso de uma moeda virtual que é primeiro comprada pelo jogador e depois negociada por um bem virtual (por exemplo, *loot boxes*)”.

Erica Neely<sup>211</sup> aprofunda um pouco mais em sua definição:

Um jogador pode estar adquirindo um item dentro do jogo, seja ele cosmético, como um animal de estimação, ou um [item] funcional, como um conjunto de armaduras. Da mesma forma, muitos jogos têm moedas no jogo que estão disponíveis para dinheiro do mundo real, então um jogador pode comprar ouro, pedras preciosas ou qualquer que seja a moeda neste jogo em particular. Ele poderia estar comprando por impulso temporário, como aumentar a experiência que ganha para quando for jogar na próxima semana. Ou ele pode estar comprando um tipo de aprimoramento, como a remoção dos irritantes anúncios *pop-up* de um jogo gratuito. (tradução livre).

Todas as *loot boxes* são adquiridas por meio de microtransações, mas nem todas as microtransações envolvem a aquisição de *loot boxes*. Alguns exemplos de ativos digitais de jogos que não são mecanismos de recompensa aleatória foram citados, sendo os passes de batalha e conteúdos sazonais em jogos como *Fortnite*, *Valorant* e *League of Legends* e lojas internas como os de *Escape from Tarkov*, *PUBG* e *World of Warcraft*.

---

<sup>210</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. **Video Game Monetization (e.g., ‘loot boxes’): a Blueprint for Practical Social Responsibility Measures**. International Journal of Mental Health and Addiction. 2018.

<sup>211</sup> NEELY, Erica. **Come for the game, stay for the cash grab: the ethics of loot boxes, microtransactions, and freemium games**. ETHICOMP Conference, Poland, 2018.

Tendo surgido as microtransações como uma forma de monetização nos jogos gratuitos e *freemium*, Perks<sup>212</sup> explica que as grandes desenvolvedoras e publicadoras começaram, cada vez mais, a implementá-las em jogos modelos *free-to-play*, sobretudo em títulos Triplo-A, ou então alteraram os modelos de vendas dos jogos para torná-los gratuitos e inserir sistemas internos de microtransação. Com isso, diz o autor, os grandes títulos da indústria deixam de ser monetizados como, ou apenas como mercadoria, e passam a ser comercializados como serviço ou de forma gratuita.

Perks diz que, com esse novo padrão da indústria, o desenvolvimento de jogos como segmento de produção cultural torna-se dependente dos dados dos usuários. Mesmo que esses dados não sejam transformados diretamente em receita, eles são reinvestidos nos ativos dos jogos para aumentar sua capitalização.

### **3.1.1. As microtransações no mercado: implicações práticas**

O capítulo 2 dedicou-se à apresentação dos reflexos práticos do consumo de bens digitais, cujo teor é inteiramente aplicado ao mercado de consumo de jogos eletrônicos e microtransações. Neste capítulo, o objetivo é dar continuidade ao que já foi trazido trazendo aspectos práticos das microtransações sob a ótica jurídica.

As microtransações são negócios jurídicos, ou atos-fatos jurídicos, firmados entre consumidores e fornecedores dentro do sistema de um jogo eletrônico. É, em essência, uma relação de consumo que atrai uma perspectiva mais crítica em decorrência do contexto em que ocorre e dos tipos de consumidores envolvidos.

Como dito neste trabalho, no contexto das microtransações existe um termo de cessão para uso de direitos de autor nos termos do art. 7º da Lei 9.609/98 (Lei do *Software*) cujo detentor é, em regra, o desenvolvedor do jogo. A cessão pode ser onerosa ou gratuita, mas sempre será limitada pelo titular do direito. No caso dos jogos eletrônicos, a cessão se enquadra em uma relação típica de consumo.

---

<sup>212</sup> PERKS, Matthew. **How does games critique impact game design decisions? A case study of monetization and loot boxes.** 2019. *Games and Culture*, 15(8).

Os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, então, são aplicáveis às microtransações, com a devida cautela e razoabilidade necessária diante de um bem digital de consumo. Dessa maneira, artigos referentes a oferta, propaganda, publicidade, responsabilidade pelo produto ou serviço, vícios ou defeitos em produtos e serviços e os direitos básicos do consumidor tutelam das relações de consumo surgidas nos jogos eletrônicos.

A oferta e publicidade previstas na lei consumerista, quando ocorrida dentro dos *videogames*, conversa com as situações propostas pela teoria comportamental. A forma com que anúncios são veiculados dentro dos jogos eletrônicos provoca questionamentos afetos sobre a influência nas escolhas de consumo.

Tomando por referência as soluções para vício de produto ou serviço, pairam dúvidas sobre como o vício seria demonstrado. Se, diante de um vício relativo ao consumo, o fornecedor apresentar, dentro de prazo razoável, um conteúdo para atualização com vistas a resolver o problema, ainda assim seria considerado violação à lei atraindo os direitos previstos nos artigos 18 e 35 do código consumerista? O *design* de aplicações e sistemas que dificultem o contato do consumidor ou a busca de soluções para problemas recairia na prática abusiva do art. 39, II? Colocar o consumidor para tomar uma decisão quando se está em uma situação de risco dentro do ambiente virtual, poderia ser considerada incidência do art. 39, inciso V? São provocações pertinentes.

Ademais, tratado em tópico específico nestre trabalho, o direito ao arrependimento, analisando-se os requisitos previstos no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, não é aplicável, *a priori*, no consumo de bens digitais pela falta do requisito atinente à compra realizada fora do estabelecimento comercial. A questão, todavia, ainda não foi enfrentada pelas cortes superiores.

Ainda assim, há casos em que empresas têm permitido a devolução de bens digitais, com restituição do valor pago, quando cumpridas condições previamente estabelecidas. Desse modo, a desistência não está amparada no Código de Defesa do Consumidor, mas sim em termos estabelecidos pelas empresas. Na política de reembolso da *Riot Games*<sup>213</sup>, por exemplo, faculta aos consumidores a desistência de compras de moedas *in-game* ou até de ativos digitais que, embora adquiridos, não foram “utilizados” pelos jogadores.

Essas e outras questões abordadas ao longo deste trabalho demonstram a necessidade de adequação do Código de Defesa do Consumidor à realidade de um consumo datatificado, contexto no qual os jogos eletrônicos estão inseridos. A revisão legislativa é proposta com intuito em conferir maior segurança jurídica aos consumidores, contribuindo, igualmente, para um ambiente *online* mais receptivo e seguro para todos.

### 3.1.2. As microtransações em números: a expressão do método na receita das empresas

A par do debate sobre práticas predatórias e abusivas envolvendo microtransações, é fato que esse modelo de monetização tem se mostrado um dos mais rentáveis para a indústria. Uma evidência disso pode ser extraída nas informações sobre o impacto das vendas nas empresas.

Os relatórios financeiros e fiscais da *Sony*<sup>214</sup>, *Nintendo*<sup>215</sup> e *Microsoft*<sup>216</sup> indicam apenas dados gerais sobre valores separados pela origem da receita, e valor global das receitas recebidas e estimadas. Não contém dados sobre receitas obtidas com compras *online* por jogadores, prejudicando a análise quantitativa dos valores arrecadados com microtransações.

---

<sup>213</sup> RIOT GAMES. **Política de Reembolso Global**. Disponível em: <https://www.Riotgames.com/pt-br/global-refund-policy-BR>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>214</sup> SONY. Q3 FY2021 Consolidated Financial Results. 2/02/22. Sony Group Corporation. Disponível em: [https://www.Sony.com/en/SonyInfo/IR/library/presen/er/pdf/21q3\\_Sonypre.pdf](https://www.Sony.com/en/SonyInfo/IR/library/presen/er/pdf/21q3_Sonypre.pdf). Acesso em: 9 abr. 2022.

<sup>215</sup> NINTENDO. Second Quarter Financial Results And Corporate Management Policy Briefing For Fiscal Year Ending March 2022. 5/11/2021. Disponível em: <https://www.Nintendo.co.jp/ir/pdf/2021/211105e.pdf>. Acesso em: 9 abr. 2022.

<sup>216</sup> MICROSOFT. Annual Report 2021. 30/11/2021. Disponível em: <https://www.Microsoft.com/investor/reports/ar21/index.html#>. Acesso em: 02 abr. 2022.

O relatório financeiro da Tencent de 2021<sup>217</sup>, uma das maiores empresas no segmento, registrou receita de 21 bilhões de dólares entre valor agregado dos serviços, anúncios *online* e outros negócios. O relatório considera a receita global da Tencent, *holding* que possui participação em empresas como a *Riot Games*, *Epic Games*, *Blizzard Activision* e *Garena*, além do *Alibaba Group* e *WeChat* (principal aplicativo de mensagens instantâneas da China) mas não indica a receita da empresa apenas em microtransações, o que prejudica a análise em relação aos jogos eletrônicos.

A Electronic Arts divulgou, no relatório referente a 2021<sup>218</sup>, uma receita líquida de \$5.629 bi em 2021 com crescimento na margem de lucro operacional em 18.6%. A empresa apresentou 500 milhões de jogadores (de computador, console e celular) e dentre os lançamentos mais vendidos estão *FIFA 21*, *Madden NFL 21*, *NHL 21*, *Star Wars Squadrons* e *Medal of Honor*. Não existem informações sobre receita segmentada, seja por meio de compras online ou microtransações.

O mais recente relatório fiscal publicado pela *Activision Blizzard*<sup>219</sup> informou que a receita consolidada da empresa em 2020 aumentou em 25%, totalizando US\$ 8.1 bi de dólares em receita líquida. Foram lançados diversos títulos em 2020, com destaque para jogos de franquias já consolidadas no mercado, como o gratuito *Call of Duty: Warzone*, e os pagos *Call of Duty: Black Ops Cold War*, *Tony Haw's Pro Skater 1 e 2*, *Crash Bandicoot 4: it's about time* e *World of Warcraft: Shadowlands*. A empresa reconheceu que o modelo *free-to-play* nas plataformas móveis havia aumentado o acesso dos seus jogos para novos grupos de idade e regiões, o que motivou estratégias para aumentar investimentos no setor, sobretudo para ampliar o modelo para jogos de computador e as franquias *Call of Duty*, *Candy Crush* e *World of Warcraft* foram responsáveis por 76% da receita consolidada de 2020, sendo jogos que possuem microtransações.

---

<sup>217</sup> TENCENT. 2021 Interim Report. Disponível em: <https://www.tencent.com/en-us/investors/financial-reports.html>. Acesso em: 17 abr. 2022.

<sup>218</sup> ELECTRONIC ARTS. Notice of 2021: Annual Meeting and Proxy Statement. 12/08/2021. Disponível em: [https://s22.q4cdn.com/894350492/files/doc\\_financials/2021/ar/Annual-Report-\(2021\).pdf](https://s22.q4cdn.com/894350492/files/doc_financials/2021/ar/Annual-Report-(2021).pdf). Acesso em: 14 abr. 2022.

<sup>219</sup> ACTIVISION BLIZZARD. 2020 Annual Report. Disponível em: <https://investor.activision.com/static-files/09bb50e3-b2e8-4407-9ee3-2aec3c7bc29d>. Acesso em: 14 abr. 2022.

Dos relatórios analisados, este é o único contendo dados sobre receita líquida geral de vendas (*net bookings*) e receita líquida das microtransações (*in-game net bookings*). No ano de 2020 foram, respectivamente, cerca de 8 milhões e 4.8 milhões. O aumento da receita com as vendas dentro do jogo aumentou US \$1.4 bilhões de dólares em relação ao ano anterior por conta do lançamento de *Call of Duty: Modern Warfare* no final de 2019. Os relatórios estudados trazem poucas informações sobre as receitas das empresas. A informação direcionada aos investidores foca nas receitas líquidas gerais, o que pouco auxilia na averiguação de ganhos das empresas com microtransações.

Daniel King *et al*<sup>220</sup>, buscando entender os aspectos funcionais e técnicos das microtransações, usou como metodologia o estudo das patentes registradas pelas empresas para procurar mecanismos e tecnologias utilizadas para aumentar as receitas das desenvolvedoras. O autor elencou cinco métodos de monetização nos jogos eletrônicos identificados a partir das patentes analisadas que servem, aqui, como referência para demonstrar os principais pontos que as microtransações indicam violação ao Código de Defesa do Consumidor e impactam os consumidores. São os seguintes:

- 1) Exploração dos dados dos jogadores para otimizar ofertas de compra ou descontos;
- 2) Divulgação imprecisa de informações do produto com pouca ou nenhuma informação sobre as condições de compra e valor de utilidade do que está sendo ofertado;
- 3) Oferta adaptada conforme comportamento e perfil do consumidor;
- 4) Posse temporária de um item encorajando compras adicionais;
- 5) Manipulação de valor dos itens ou da moeda do jogo com base no perfil do consumidor ou em outros fatores que incentivam a compra.

Na falta de esclarecimento das empresas sobre como os dados dos consumidores são utilizados e processados, presume-se que, considerando os registros de patente analisados pelo autor, as informações dos jogadores são aproveitadas para otimizar a publicidade das microtransações. Assim, o consumidor é apresentado a informações sucintas nos termos de uso, mas não sabe, ao certo, as condições que cada bem virtual vai ser ofertado.

---

<sup>220</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H.; GAINSBURY, Sally M.; DREIER, Michael; GREER, Nancy; BILLIEUX, Joel. **Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective.** Computers in Human Behavior, Volume 101, 2019.



As táticas indicam a assimetria informacional entre consumidores e empresas, o que é reforçado quando são inseridas, nesse contexto de mercados dentro do jogo, as *loot boxes*. Daí a importância em entender os métodos de monetização junto com as receitas auferidas para compreender como os mecanismos de recompensa aleatória se tornaram como uma verdadeira fonte de retorno financeiro a baixo risco.

Partindo dessa perspectiva, fez-se pesquisa no sistema virtual do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). A busca por patentes retornou sem resultados, prejudicando o emprego da metodologia adotada por King. Utilizou-se, na pesquisa, o CNPJ de quatro empresas de jogos eletrônicos do Brasil, sendo AVL Aplicativos Ltda. (nome fantasia *Wildlife Top Free Games*, CNPJ de n. 13.499.233/0001-22), *Aquiris Game Studio S/A*. (CNPJ n. 07.358.694/0001-82, YUPI Studios Tecnologia Ltda. (13.722.386/0001-97) e *Space Sheep Games Tecnologia da Informação Ltda.* (12.321.503/0001-48)<sup>221</sup>. Duas hipóteses, não verificadas, são levantadas diante disso: eventualmente pode ter ocorrido uma falha no sistema de busca de patentes do INPI que não cruzou os resultados de forma esperada e/ou registro de patentes de tecnologias desenvolvido no Brasil é realizado fora do país.

Outra opção para o estudo de dados quantitativos das empresas de jogos eletrônicos são os relatórios fornecidos instituições de pesquisa. Essas instituições elaboram documentos minuciosos e analíticos sobre o mercado com foco em comercializá-los com empresas por valores inacessíveis a pesquisadores. Porém, a síntese do relatório costuma ser disponibilizada gratuitamente e é de onde serão extraídas informações para este estudo.

De acordo com a versão sintetizada do relatório da NewZoo<sup>222</sup> as empresas com as maiores estimativas de receita para o quarto semestre de 2021 encontram-se listadas no quadro a seguir. Os valores apresentam estimativas com vendas de jogos eletrônicos, excluindo receita com *hardware* (como consoles) e vendas não relacionadas aos jogos (como outros produtos licenciados). São elas:

---

<sup>221</sup> A pesquisa foi feita pelo portal INPI na busca avançada de patentes com informações de nome do depositante/titular, nome do inventor e CNPJ. Alternou-se a busca entre os três campos, ora buscando com apenas um deles, ora com dois e ora com todos os três. A pesquisa foi realizada em 16 abril de 2022 no link <https://busca.inpi.gov.br/pePI/jsp/patentes/PatenteSearchAvancado.jsp>.

<sup>222</sup> NEWZOO. **Top 25 public companies by game revenues**. 2022. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

Empresa	Receita (Q42021)
Tencent	US\$ 7,748M
Sony	US\$ 5,378M
Apple	US\$ 4,421M
Microsoft	US\$ 3,998M
Nintendo	US\$ 3,106M

Além destas, outras empresas foram selecionadas para estudo considerando a identificação, em outros estudos, de *loot boxes* dentro dos seus jogos e a estimativa financeira do mesmo período. São elas a *Activision Blizzard* (US\$ 1,905M), *Electronic Arts* (US\$ 1,789M) e *Ubisoft* (US\$ 866M). Na lista de participação de receitas de publicadoras receitas obtidas com vendas digitais e não digitais em 2021<sup>223</sup>, a liderança é da *CD Projekt Group*, seguida da *Electronic Arts*, *Take-Two Entertainment*, *Square Enix*, *Activision Blizzard*, *Ubisoft* e *Nintendo*<sup>224</sup>.

Pela análise conjunta dos termos de uso e relatórios, todas as empresas mencionadas possuem receitas decorrentes da venda de jogos eletrônicos por meio virtual e de microtransações. Em todos os contratos de adesão, sem exceção, há cláusula específica sobre a licença temporária para uso dos jogos e dos ativos comercializados, sem direito à transferência de propriedade aos jogadores, condição que encontra amparo na Lei do *Software* no Brasil.

<sup>223</sup> STATISTA. **Share of digital vs. non-digital revenue of major video game publishers worldwide in most recent fiscal year as of June 2021**. Junho, 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/234664/digital-vs-non-digital-revenue-of-global-major-video-game-publishers/>. Acesso em: 23 jun. 2021.

<sup>224</sup> Duas empresas nessa lista não costumam aparecer em outros rankings. O aumento considerável de receita em 2021 pode ser atribuído ao sucesso dos títulos lançados. A *CD Projekt Red* lançou *Cyberpunk 2077* em dezembro de 2020 e lançou conteúdos adicionais de outra importante franquia, *The Witcher*. A *Take Two Entertainment* lançou em 2021 o título *It Takes Two*, eleito pelo *Game Awards* como o melhor jogo daquele ano.

Como se vê, existem poucas informações disponibilizadas pelas desenvolvedoras e publicadoras<sup>225</sup> de jogos acerca das receitas envolvendo microtransações e *loot boxes*, seja por questões de segredo industrial e concorrência, seja em razão de termos de confidencialidade<sup>226</sup>. Porém, os dados apontam que é inquestionável que a maior parte das receitas das desenvolvedoras e publicadoras nos dias de hoje provém das microtransações.

### 3.2. Outras noções afetas à monetização de jogos eletrônicos

Como forma de trazer preciso recorte sobre o objeto da pesquisa, cumpre trazer algumas definições relevantes de mercado, sem pretensão de esgotar a variedade das nomenclaturas utilizadas, que servirão como referência para identificar o que está nesse escopo. A seguir serão apresentadas definições de jogos a partir de modelos de monetização inspiradas na listagem de David Nieborg<sup>227</sup>. São eles: jogos *freemium*, jogos gratuitos para jogar (*free-to-play*), *advergames*, *gacha games* e jogos por inscrição.

Os jogos *freemium* são assim considerados aqueles que oferecem uma versão básica de acesso e a versão integral do jogo só é disponibilizada àqueles que pagarem um valor adicional. Um exemplo é o jogo *Clash of Clans* que, embora o jogo seja gratuito para suas funcionalidades básicas, para ter acesso a mais recursos do jogo, é preciso adquirir separadamente os pacotes.

Jogos gratuitos para jogar consistem num modelo recente de negócios em que o bem é oferecido ao consumidor sem custo inicial, cuja receita pode ser obtida de formas diversas como a partir de compras dentro do jogo. Enquanto na venda de jogos há pequena elasticidade de preços, as plataformas móveis, ou seja, celulares e *tablets*, passaram a oferecer, com jogos gratuitos, um amplo leque de possibilidades de receita.

---

<sup>225</sup> Desenvolvedores são aqueles diretamente responsáveis pela criação e funcionamento do jogo. Os desenvolvedores podem comercializar seus jogos com os consumidores, de forma direta ou através de plataformas. Já as publicadoras são empresas focadas em publicar e divulgar os jogos de desenvolvedores, utilizando de seu networking, background e público alvo normalmente consolidado. É uma espécie de editora.

<sup>226</sup> Os termos são popularmente chamados, no Brasil, de NDA (*non-disclosure agreement*), mesmo nome em inglês.

<sup>227</sup> NIEBORG, David. **From premium to freemium: the political economy of the app**. In T. Leaver & M. Willson (Eds.), *Social, Casual and Mobile Games: The Changing Gaming Landscape* (pp. 225–240). 2016. London and New York: Bloomsbury Academic. P. 233.

*Advergames*, por outro turno, podem ser considerados uma modalidade de jogos gratuitos. Por meio dos *advergames*, o jogo é gratuitamente disponibilizado e a receita das desenvolvedoras é auferida por meio de uma série de anúncios dentro do jogo<sup>228</sup>.

Existem também os *gacha games*, nome inspirado nas máquinas japonesas que vendem brinquedos em cápsulas lacradas<sup>229</sup>. Empregam um sistema de aleatoriedade de recompensas cujos brinquedos são revelados depois que as cápsulas são abertas e por isso guardam forte vínculo com o que hoje é conhecido por *loot boxes*.

Por fim, os jogos por inscrição são aqueles que podem ser adquiridos ou não, mas o uso do bem fica condicionado ao pagamento de um valor recorrente. É a essência dos jogos enquanto serviço e um grande exemplo é *World of Warcraft*.

Embora colocada pelo autor como uma quinta classificação, em todos os tipos de jogos citados é possível que existam compras em ambiente interno, as também chamadas IAP (*in-App purchases*), também conhecidas como microtransações, sejam os jogos gratuitos, *freemium*, *gacha*, *advergames* ou jogos mediante inscrição. As diferentes formas de monetização acabam sendo complementares a qualquer tipo de jogo, colocadas como forma de potencializar os ganhos em receita.

### 3.3. Novas formas de monetização: gamificação, jogos NTF e metaverso

Concomitantemente ao estudo das microtransações, emergem no mercado as mais diversas formas de capitalização do lazer. A análise desses métodos, cada vez mais complexos, ajuda a entender a mercantilização da experiência nos jogos eletrônicos, os efeitos negativos nos consumidores e reforçam os argumentos para a regulamentação que serão defendidos neste estudo.

---

<sup>228</sup> KIM, Yunju; LEE, Heejun. Exploring the Effectiveness of Advergame: The Role of Transportation on Continuous Intention to Play Advergames. **Journal of Creative Communications**. Abril, 2022. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/360231567\\_Exploring\\_the\\_Effectiveness\\_of\\_Advergame\\_The\\_Role\\_of\\_Transportation\\_on\\_Continuous\\_Intention\\_to\\_Play\\_Advergames/citations](https://www.researchgate.net/publication/360231567_Exploring_the_Effectiveness_of_Advergame_The_Role_of_Transportation_on_Continuous_Intention_to_Play_Advergames/citations). Acesso em: 24 abr. 2022.

<sup>229</sup> SARAFIM, Adriano. **Fate/Grand Order e mais: entenda como funcionam os jogos gacha**. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/03/fategrand-order-e-mais-entenda-como-funcionam-os-jogos-gacha.ghtml>. Acesso em: 18 set. 2021.

Um deles é a gamificação<sup>230</sup>, tema que se popularizou na última década e por vezes é confundido como um recurso de busca dar um “aspecto de jogo” a qualquer outra atividade ou processo com o intuito de torná-la menos maçante. Por exemplo, um site com visual em *8 bits*, o uso comercial de realidade virtual ou metaverso adotam recursos típicos de jogos eletrônicos, mas não são considerados usos gamificados.

A gamificação vai além, pois parte da noção que, uma vez que os jogos eletrônicos foram criados com o propósito inicial de entreter, e uma vez que eles podem motivar as pessoas a se engajar em determinadas tarefas, elementos de jogos podem ser utilizados para tornar mais prazeroso o contato com atividades não relacionadas essencialmente aos jogos eletrônicos<sup>231</sup>.

Werbach e Hunter definem a gamificação, de forma objetiva, como o uso de elementos de jogo e técnicas de *game design* em contextos de “não-jogo”<sup>232</sup>. Na conceituação tradicional, gamificação envolve a adoção de métodos simples, repetíveis, com sistemas de *feedback* escaláveis com pontos, níveis e outras formas de recompensas<sup>233</sup>, aplicados em processos digitais ou não. Jane McGonigal a define como jogos de realidade alternativa (do inglês, *alternate reality games*), sendo um jogo que você joga na vida real<sup>234</sup>.

---

<sup>230</sup> Gamificação ou Gameficação vem do inglês *Gamification*. Não há consenso sobre a forma adequada para a tradução em português. Apenas a título de curiosidade, em *Homo Ludens* há um extenso trabalho buscando entender os aspectos da palavra “jogo” em diversas culturas antigas. “Jogo” (*game*) não é uma criação anglo-saxônica mas dado o pioneirismo dos estudos em países com esse idioma, o termo *Gamification* acabou popularizado, sendo adaptado para o português sem observar a tradução. A palavra é formada pela junção do radical “game” com o sufixo “-ication”, o que segundo Bogost reforça ainda mais o potencial retórico da palavra. Não há correlação exata desse sufixo na língua portuguesa e qualquer tentativa de tradução de *Gamificação* há necessariamente que considerar a gama de sentidos que a palavra *game* tem na língua inglesa, ao passo das limitações do português tem para “jogo”.

<sup>231</sup> DETERDING, Sebastian; DIXON, Dan; KHALED, Rilla; NACKE, Lennart. From game design elements to gamefulness: defining “gamification”. MindTrek 2011. Tampere, Finlândia.

<sup>232</sup> WERBACH, Kevin; HUNTER, Dan. For the win: the power of gamification and Game Thinking in Business, Education, Government and Social Impact. Editora Wharton School Press. Pensilvânia, EUA. 2ª Edição. 2020. P. 26.

<sup>233</sup> BOGOST, Ian. Gamification is bullshit. In: The Gameful World: approaches, issues, applications (The MIT Press). 2015. P. 68.

<sup>234</sup> MCGONIGAL, Jane. Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World. Penguin, London, 2011. Pág. 120.

De acordo com Werbach e Hunter<sup>235</sup>, o termo Gamificação foi documentado em 2003 por Nick Pelling mas começou a ser adotado apenas em meados de 2010. Segundo Deterding e outros<sup>236</sup>, outros termos paralelos são usados para se referir ao mesmo fenômeno: games de produtividade (*productivity games*), entretenimento vigiado (*surveillance entertainment*), *funware*, *playful design*, *behavioral games*, dentre outros.

A popularização da gamificação decorreu do poder retórico da palavra, que utiliza um sufixo seguro e previsível, adotando como plano de fundo o atraente universo dos jogos com a promessa em criar um ambiente reconfortante, com baixo custo, capitalizando um momento cultural através de uma questionável qualidade de experiência<sup>237</sup>. Um olhar crítico permite compreender que o método, por assim dizer, não foi criado para ser aplicado em qualquer aspecto da vida, tampouco em qualquer circunstância<sup>238 239 240</sup>.

Logo, é uma ferramenta que busca inserir elementos característicos dos jogos para potencializar a obtenção de resultados pré-determinados em outros contextos além dos jogos, seja em aspectos subjetivos como estímulos à motivação para o ensino e ao aprendizado mais eficiente, seja com finalidades materiais como a melhoria na produtividade do trabalho, cuja aplicação ficou conhecida como *playlabour*<sup>241</sup>. É um contraponto à leitura de Huizinga, principalmente quando lida sob a ótica marxista, de que jogo e trabalho não se confundem e devem permanecer apartados<sup>242</sup>.

---

<sup>235</sup> WERBACH, Kevin; HUNTER, Dan. For the win: the power of gamification and Game Thinking in Business, Education, Government and Social Impact. Editora Wharton School Press. Pensilvânia, EUA. 2ª Edição. 2020. P. 25.

<sup>236</sup> DETERDING, Sebastian; DIXON, Dan; KHALED, Rilla; NACKE, Lennart. From game design elements to gamefulness: defining “gamification”. MindTrek 2011. Tampere, Finlândia.

<sup>237</sup> BOGOST, Ian. Gamification is bullshit. 2011. Disponível em: [http://bogost.com/writing/blog/gamification\\_is\\_bullshit/](http://bogost.com/writing/blog/gamification_is_bullshit/). Acesso em: 21 dez. 2021.

<sup>238</sup> BOGOST, Ian. Gamification is bullshit. In: The Gameful World: approaches, issues, applications (The MIT Press). 2015.

<sup>239</sup> ANDRADE, Fernando R. H.; MIZOGUCHI, Riichiro; ISOTANI, Seiji. The Bright and Dark Sides of Gamification. In: Intelligent Tutoring Systems. ITS: International Conference on Intelligent Tutoring Systems. 2016. Zagreb, Croácia. Editora: Springer.

<sup>240</sup> TODA, Armando; VALLE, Pedro H. D.; ISOTANI, Seiji. The Dark Side of Gamification: an overview of negative effects of gamification in education. In: Higher Education for All: from challenges to novel technology - Enhanced Solutions. Editora: Springer. Agosto, 2018.

<sup>241</sup> WOODCOCK, Jamie. **Marx no fliperama: videogames e luta de classes**. Trad. Guilherme Cianfarani. São Paulo: SP. Editora Autonomia Literária. 1ª ed. 2020. P. 9.

<sup>242</sup> ROBERTS, Michael J.. The politics of playtime: reading Marx through Huizinga on the desire to escape from ordinary life. American Journal of Play, Vol. 11. n. 1. P. 44-64. 2018.

Consiste numa ferramenta que parte do pressuposto de racionalidade humana da Teoria Econômica Clássica. Na visão crítica de Bogost<sup>243</sup>, a gamificação foi uma ideia criada para capturar ideias dos tão cobiçados videogames e domesticá-los para uso no “deserto, cinzento e sem esperança, de grandes negócios”. Existem, contudo, aplicações com resultados positivos na motivação do aprendiz, sobretudo em ciências exatas como a programação<sup>244</sup>, ao passo que existem também aplicações que provocam debates, como aquelas em mecanismos como jogos de azar, em jogos baseados em NFT (*non-fungible tokens*) e em *loot boxes*.

Ainda partindo da ideia de transpor elementos dos jogos para outros contextos, há o metaverso que se popularizou após a apresentação da proposta pelo fundador do *Facebook*, Mark Zuckerberg, em meados de 2021<sup>245</sup>. Pelo prefixo (que remete à transcendência), o metaverso num ambiente hipotético e sintético conectado, via internet, com o mundo físico e com ele coexistente, o qual reproduz elementos<sup>246</sup>.

Há jogos que permitem a interação e conexão do mundo físico, como *Second Life* e *Minecraft*, porém a nova ideia de metaverso promete um estágio além do viabilizado pelos jogos: a possibilidade de se tornar um mundo virtual persistente e coexistente que interage com o mundo físico (como usuários humanos, *hardware*, dispositivos de realidade virtual etc.), e dele depende, de forma a permitir a experimentação de atividades em tempo real com usuários simultâneos em vários mundos virtuais<sup>247</sup>. A ideia, ao que parece, é tornar o metaverso um novo ambiente para a realização de transações com efeitos patrimoniais, em uma alternativa ou um novo patamar das lojas e plataformas virtuais.

---

<sup>243</sup> BOGOST, Ian. Gamification is bullshit. *In*: The Gameful World: approaches, issues, applications (The MIT Press). 2015.

<sup>244</sup> RODRIGUES, Luiz; TODA, Armando M.; OLIVEIRA, Wilk; PALOMINO, Paula T.; AVILA-SANTOS, Anderson P.; ISOTANI, Seiji. Gamification Works, but How and to Whom?: An Experimental Study in the Context of Programming Lessons. SIGCSE: The 52nd ACM Technical Symposium on Computer Science Education. Março de 2021. USA. Conference Paper.

<sup>245</sup> NEWTON, Casey. Mark in the metaverse: Facebook’s CEO on why the social network is becoming a ‘metaverse company’. The Verge. 22 jul. 2021. Disponível em: <https://www.theverge.com/22588022/mark-zuckerberg-facebook-ceo-metaverse-interview>. Acesso em: 5 ago. 2021.

<sup>246</sup> LEE, Lik-Hang; BRAUD, Tristan; ZHOU, Pengyuan; WANG, Lin; XU, Dianlei; LIN, Zijun; KUMAR, Abhishek; BERMEJO, Carlos; HUI, Pan. All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda. *Jornal of Latex Class Files*. Vol. 14. n. 8. Setembro, 2021.

<sup>247</sup> LEE, Lik-Hang; BRAUD, Tristan; ZHOU, Pengyuan; WANG, Lin; XU, Dianlei; LIN, Zijun; KUMAR, Abhishek; BERMEJO, Carlos; HUI, Pan. All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda. *Jornal of Latex Class Files*. Vol. 14. n. 8. Setembro, 2021.

Dentre as várias formas de capitalização do entretenimento dentro dos jogos eletrônicos, encontra-se as *loot boxes*. As caixas de saque presentes em muitos jogos comercializados continham uma série de elementos que estimulavam o consumo desordenado e, por vezes, o comportamento de vício que desencadeia no transtorno de vício em jogo (*gambling disorder*) estudado em muitos países. Note-se que aqui não se está falando do jogo em si o qual naturalmente, por ser a ele típico, contém recursos de recompensa, interação social, progressão e competição. Tampouco se está falando da ideia de gamificar os jogos, aplicando elementos do *design* de jogos dentro do próprio jogo, ou, como citam os autores Deterding e outros<sup>248</sup>, de *metagame*, ou seja, de aplicar abordagens a um jogo que transcendem as regras do próprio jogo.

O ponto que se busca chamar a atenção aqui é como esses mercados, que existem concomitantemente à história regular do jogo, mas dentro deste ambiente virtual e por meio do qual se transacionam bens digitais em troca de moedas reais ou moedas *in-game* normalmente adquiridas com dinheiro real, se estruturou de modo a apresentar elementos que sugerem recompensa, progressão e competição e a partir disso passou a convergir diretamente com a gamificação aplicada aos jogos de azar. Os jogos de azar começaram a utilizar recursos gamificados focados em habilidades, interações sociais, progressão, conquistas e competição, conformados com o uso de pagamentos em moeda real<sup>249</sup>, processo que coincidentemente foi reproduzido nas *loot boxes*.

Além da possibilidade de levar consumidores à situação de vício, o uso de elementos de gamificação ressignifica a noção clássica de lazer e alça os jogos eletrônicos a uma escala de diversão que pode encontrar sentido apenas quando algo de valor no mundo físico é criado. Ao ser aplicada às microtransações dentro de jogos eletrônicos, acaba por concretizar um controverso pressuposto em jogos defendido por McGonigal<sup>250</sup>, o de que a atividade de lazer proporcionada pelos jogos eletrônicos pode ser produtiva e a partir dos jogos, pode-se sempre aprender algo ou produzir algo novo.

---

<sup>248</sup> DETERDING, Sebastian; DIXON, Dan; KHALED, Rilla; NACKE, Lennart. From game design elements to gamefulness: defining “gamification”. MindTrek 2011. Tampere, Finlândia.

<sup>249</sup> DEREVENSKY, Jeffrey L.; MARCHIDA, Loredana; RICHARD, Jeremie. **The migration between gaming and gambling: our current knowledge**. Pediatric Research and Child Health. Volume 5(1): 2021. Canada.

<sup>250</sup> MCGONIGAL, Jane. Reality is broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World (English Edition) 1ª Edição. Ebook. Penguin Books. 2011. New York: NY.



Isso reforça a construção dos objetivos por trás dos jogos *pay-to-win*, ou seja, jogos em que é preciso “pagar para ganhar”, principalmente os *NFT games*. Jogos NFT, popularizados nos últimos anos, são baseados em *blockchain*, tecnologia idealizada por Nick Szabo e Satoshi Nakamoto, e como tudo estruturado nesse sistema, possibilita a transferência de propriedade de ativos digitais adquiridos dentro dos jogos<sup>251</sup>. Um dos mais populares no último ano é o *Axie Infinity* (Sky Mavis, 2018), baseado em Ethereum.

A par das promessas que essa tecnologia pode trazer para o universo dos jogos eletrônicos<sup>252</sup>, o mercado consumidor foi potencialmente estruturado em volta da promessa de jogos em que se poderia ganhar criptomoedas ou ativos digitais comercializados por criptomoedas, tornando rentável o mero ato de jogar que antes era relegado a uma atividade recreativa.

Embora possa ser, o lazer não precisa ser necessariamente produtivo. O entretenimento é a finalidade prevalente esperada dos jogos eletrônicos, conforme apontam os autores Detering e outros<sup>253</sup>. A perspectiva do entretenimento como um mero produto, o qual deve, sempre que possível, gerar frutos rentáveis, é alimentada pelas recompensas obtidas em microtransações, em *NFT games* e até nos processos gamificados.

---

<sup>251</sup> FANTINI, Laiane Maris Caetano. Precisamos realmente de Jogos Blockchain? Estudo a partir dos reflexos jurídicos da propriedade de criptoativos em jogos digitais. In: Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment, 2020, Recife. Proceedings of SBGames 2020, 2020.

<sup>252</sup> FANTINI, Laiane Maris Caetano. Precisamos realmente de Jogos Blockchain? Estudo a partir dos reflexos jurídicos da propriedade de criptoativos em jogos digitais. In: Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment, 2020, Recife. Proceedings of SBGames 2020, 2020.

<sup>253</sup> DETERDING, Sebastian; DIXON, Dan; KHALED, Rilla; NACKE, Lennart. From game design elements to gamefulness: defining “gamification”. MindTrek 2011. Tampere, Finlândia.

## 4. Estudo dos mecanismos de recompensa aleatória conhecidos como *loot boxes*

### 4.1. O que são as *loot boxes*

As *loot boxes* têm sido abundantemente estudadas por profissionais das mais diversas áreas nos últimos anos. Tão importante quanto entender os processos que levaram à sua criação e difusão, é analisar os impactos que esses mecanismos trazem para o mercado de jogos eletrônicos e como podem afetar os consumidores.

O relatório produzido pelo ITS Rio e Alana<sup>254</sup> levou um ponto interessante no termo:

[...] semanticamente, “Loot” se traduz como sendo uma pilhagem, existindo uma associação em seu nome entre simplesmente participar de um jogo e fazer algo ilegal. Afinal, não é apenas um prêmio que está ligado à Loot Box, mas esses tipos de transações são associados à conquista de algo que é “proibido”. Nesse sentido, carregam sempre um arco narrativo muito forte com personagens e designs próprios que atraem diversas crianças, pode-se dizer que foram feitos para prender esse público alvo. A prática foi associada aos caça níqueis e cassinos virtuais, práticas voltadas aos primórdios dos jogos eletrônicos (de azar).

Podem ser traduzidas como “caixas de saque” ou “caixas de pilhagem”, mas há uma escolha plausível para a adoção do estrangeirismo neste estudo. É que *loot boxes* se popularizou, nacional e internacionalmente, nos mais diversos tipos de abordagens, o que levou à adoção do termo em inglês neste estudo.

Apesar da referência à caixa, nem sempre as *loot boxes* serão representadas desta forma. A maioria dos jogos da franquia *The Legend of Zelda*, da *Nintendo*, possui baús de tesouro com itens secretos que podem ser adquiridos com moedas no jogo ou chaves encontradas no mapa. O jogo *Hearthstone*<sup>255</sup>, da *Activision Blizzard*, tem como objetivo montar um *deck* de cartas com características relevantes dentro da mecânica que, combinadas, decidem uma partida entre jogadores. Oferece, como opção, a compra de um conjunto de cinco cartas aleatórias as quais uma é marcada pela raridade, o que cria a sensação de previsibilidade.

---

<sup>254</sup> Instituto de Tecnologia & Sociedade do Rio (ITS Rio); Instituto Alana. **Proteção de Crianças e Adolescentes em Ambiente Digital**. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2021/12/relatorio-workshop-its-alana.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>255</sup> Hearthstone. <https://playhearthstone.com/pt-br/how-to-play>.

Ademais, o emprego do termo “caixa de pilhagem” pode remeter a uma limitação semântica, dando a entender que esses ativos consistem em recompensas recebidas após determinado tempo ou evolução de jogo. Ocorre que as *loot boxes* estão muito mais relacionadas à loteria<sup>256</sup>, o que será melhor desenvolvido a seguir.

Não à toa, autores como Xiao<sup>257</sup> defendem que *loot box* não é o termo adequado e sugerem a substituição por “mecanismo de recompensa aleatória” (RRM, do inglês *random reward mechanism*). Nielsen e Grabarczyk<sup>258</sup> falam do emprego do termo “máquinas de recompensa aleatória” (RRM, do inglês *random reward machines*). Os dois termos levam em conta a natureza aleatória das recompensas.

O tecnicismo é relevante tanto para auxiliar na compreensão do fato para fins regulatórios, de modo que o mais adequado é o uso de sistema ou mecanismo de recompensa aleatória, abarcando qualquer sistema dentro do jogo que seja baseado na promessa de recompensa indefinida, *a priori*. Neste trabalho, serão utilizados tanto essas expressões quanto caixas de saque e *loot boxes* como sinônimo. Porém, em termos gerais, optou-se por priorizar o estrangeirismo neste trabalho com o objetivo conferir maior acessibilidade à pesquisa.

O que são, então, as *loot boxes*? Apresenta-se algumas definições. Algumas definições são apresentadas a seguir.

*Loot boxes*, de acordo com King e Delfabbro<sup>259</sup>, consistem num sistema de entrega de recompensas dentro do jogo eletrônico, geralmente representadas por um baú ou caixote ao ser aberto, irá conferir ao jogador uma seleção de itens aleatórios. Alguns jogos estimulam o gasto com *loot boxes* criando uma expectativa de aumento de chances dos jogadores conseguirem itens desejados e, em muitos casos, adotam práticas exploratórias que omitem informação aos consumidores sobre o que está sendo adquirido. Segundo os autores, se assemelham a jogos de azar por não exigir nenhuma habilidade prévia.

---

<sup>256</sup> King e Delfabbro fazem essa relação direta com “loterias”. KING, Daniel; DELFABBRO, Paul H. **Predatory monetization schemes in video games (e.g. ‘loot boxes’) and internet gaming disorder**. 2018. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/add.14286>. Acesso em 16 jun. 2021.

<sup>257</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of *loot boxes* Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *In: International Journal of Mental Health and Addiction* (2022) 20:437–454.

<sup>258</sup> NIELSEN, Rune Kristian Lundedal; Grabarczyk, Paweł. Are *loot boxes* Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games. DIGRA - Digital Games Research Association. 2019. Disponível em: <http://todigra.org/index.php/todigra/article/view/104>. Acesso em: 21 ago. 2021.

<sup>259</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. *Internet Gaming Disorder: Theory, Assessment, Prevention, and Treatment*. 1ª ed. 2018. Editora: Elsevier Academic Press. P. 9.

Erica Neely<sup>260</sup> define as *loot boxes* como “um contêiner virtual em um jogo que, quando aberto, contém um ou mais itens do jogo selecionados aleatoriamente em uma lista de possibilidades”. Zendle e Cairns<sup>261</sup> (2019) trazem a seguinte conceituação:

As *loot boxes* são itens em videogames que contêm conteúdo aleatório e podem ser compradas com dinheiro do mundo real. As semelhanças entre as caixas de saque e as formas de jogo levaram a questões sobre seu status legal e se deveriam ser regulamentadas como jogos de azar. [...]

As *loot boxes* são um mecanismo rentável nos videogames modernos que compartilham semelhanças psicológicas e estruturais significativas com o jogo de azar. Há uma preocupação que as caixas de saque apresentem riscos para os jogadores, e alguns territórios já os regulamentaram como uma forma de jogo de azar. (tradução livre).

Brady e Prentice<sup>262</sup> descrevem que as *loot boxes* podem ser compradas por um preço pré-determinado, não possuem limite de compra e envolvem um sistema virtual de aposta que fornece ao consumidor uma seleção aleatória de itens os quais podem variar de simples itens cosméticos a melhorias dentro do jogo, e podem ser tanto pouco quanto muito valor a depender da raridade e da função.

*Loot boxes*, pela definição de Hing *et al*<sup>263</sup>, são caixas digitais que podem ser compradas ou conquistadas na maioria dos jogos eletrônicos populares, correspondendo a uma atividade comum àqueles que consomem jogos com frequência. Quando abertas, revelam itens virtuais que podem realçar a performance ou a progressão nos jogos - como armas ou habilidades -, podem conter itens cosméticos com estética ou prestígios valorizados<sup>264</sup> e podem, em determinadas situações, serem por dinheiro “real”, trocados ou negociados em sites de terceiros. São, em essência, caixas de saque baseadas em sorte em que o prêmio é certo, mas seu valor é desconhecido até o momento da abertura.

---

<sup>260</sup> NEELY, Erica. **Come for the game, stay for the cash grab: the ethics of loot boxes, microtransactions, and freemium games.** ETHICOMP Conference, Poland, 2018.

<sup>261</sup> ZENDLE, David; MEYER, Rachel; OVER, Harriet. **Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivation for purchase.** 2019. Royal Society Open Science. Disponível em: <https://royalsocietypublishing.org/doi/pdf/10.1098/rsos.190049>. Acesso em 14 jul. 2021.

<sup>262</sup> BRADY, Andrew; PRENTICE, Garry. **Are loot boxes Addictive? Analyzing Participant's Physiological Arousal While Opening a Loot Box.** 2019. Games and Culture, 16(4), 419–433.

<sup>263</sup> HING, Nerilee; ROCKLOFF, Matthew; RUSSEL, Alex M.; BROWNE, Matthew; NEWALL, Philip; GREER, Nancy; KING, Daniel L.; THORNE, Hahhan. **Loot box purchasing is linked to problem gambling in adolescents when controlling for monetary gambling participation.** Journal of Behavioral Addictions. Abril 2022.

<sup>264</sup> Como alterações visuais de ativos digitais (*skins*) tais como armas, trajes e personagens caracterizados de forma diferenciada (pela desenvolvedora) ou personalizados pelos jogadores.

Leon Xiao<sup>265</sup> as define como itens virtuais dos jogos eletrônicos que oferecem ao jogador a oportunidade de obter, com a aquisição das caixas, recompensas aleatórias dentro do jogo, as quais possuem valor incerto dentro e fora deste ambiente. Podem ser adquiridas por dinheiro real (*real-world money*), moeda do jogo (*in-game currency*) ou recebidas ao completar determinadas tarefas.

Semelhante é definição empregada no *policy paper* elaborado por Cerulli-Harms *et al*<sup>266</sup>. O documento define *loot boxes* como recursos dos videogames geralmente recebidos através do jogo ou que podem, opcionalmente, serem adquiridos mediante dinheiro real. São consideradas “caixas misteriosas” que contém itens os quais os jogadores só terão conhecimento quando as compra e abre. Ainda, elenca quatro principais características desse mecanismo, a saber:

<b>Acesso e custo</b>	Podem ser obtidas através do desenvolvimento do jogo ( <i>gameplay</i> ), tempo de espera, tempo gasto visualizando anúncios que surgem em janelas durante o jogo ou podem ser adquiridas via microtransações.
<b>Transparência e probabilidade de obter diferentes itens</b>	Algumas <i>loot boxes</i> retornam resultados diferentes diante de probabilidades semelhantes, mas existe um cálculo em que itens raros possuem baixa probabilidade de saírem nas recompensas, enquanto itens comuns tem probabilidade mais alta. Essa probabilidade nem sempre é informada ao jogador.
<b>Conteúdo</b>	O conteúdo varia entre itens puramente cosméticos ou itens funcionais, que afetam a jogabilidade, e em todos os casos podem se mostrar úteis ou valiosos para os jogadores
<b>Valor de conversão</b>	As recompensas obtidas podem, em alguns casos, serem convertidas em moeda do jogo ou moeda real. Isso, contudo, não é autorizado pelas desenvolvedoras e publicadoras, em que pese a prática exista e seja a característica que mais aproxima as caixas dos jogos de azar.

Nota-se que as definições listadas elencam como ponto comum um mecanismo desenvolvido pelas empresas para vender itens aos jogadores a partir da promessa de uma recompensa secreta, que será revelada apenas depois que a compra for concluída. Além da compra nem sempre ser direta, ou seja, de terem casos em que os jogadores precisam comprar moedas do jogo para, aí sim, adquirirem as *loot boxes*, os consumidores tomam decisões em circunstâncias de incerteza e nem sempre se veem amparados pelo Código de Defesa do Consumidor.

<sup>265</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of *loot boxes* Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *In: International Journal of Mental Health and Addiction* (2022) 20:437–454.

<sup>266</sup> CERULLI-HARMS, Anette; MUNSCH, Marlene; THORUN, Christian; MICHAELSEN, Frithjof; HAUSEMER, Pierre. *Loot boxes* in online games and their effect on consumers, in particular young consumers. Julho, 2020. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL\\_STU\(2020\)652727](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2020)652727). Acesso em: 4 fev. 2022.

De acordo com os Nielsen e Grabarczyk<sup>267</sup>, os mecanismos de recompensa aleatória possuem três componentes. O primeiro deles é a condição de elegibilidade que diz respeito a como o jogador é capaz de acionar o mecanismo aleatório. O custo pode ser atrelado ao gasto com microtransação ou com a conquista de um objetivo dentro do jogo. O segundo elemento é o procedimento aleatório, criado por qualquer algoritmo que determina quando o jogador poderá obter a recompensa e qual tipo de recompensa. O terceiro elemento é a própria recompensa, que consiste em qualquer elemento com uso apenas dentro do jogo em que a caixa foi adquirida. Segundo os autores, esses mecanismos podem ser classificados em quatro categorias:

<b>Custo de entrada</b>	<b>Descrição</b>	<b>Exemplos</b>
<b>Incorporado-Incorporado</b>	Demanda uso de dinheiro real para entrada e a recompensa tem valor no mundo físico, ou seja, fora do jogo, o que é possível graças às facilidades trazidas pelo próprio jogo. Para os autores, apenas essa constitui jogo de azar.	EVE Online Counter strike: Global Offensive FIFA
<b>Incorporado-Isolado</b>	Demanda uso de dinheiro real para entrada mas a recompensa não tem valor fora do jogo.	Overwatch Hearthstone Clash Royale
<b>Isolado-Incorporado</b>	Não demanda dinheiro real para entrada mas a recompensa tem valor fora do jogo, o que é possível graças às facilidades trazidas pelo próprio jogo.	Path of Exile FIFA
<b>Isolado-Isolado</b>	Não demanda dinheiro real para entrada e a recompensa não tem valor real dentro do jogo.	Yoshi's Crafted World Super Mario 64 DS FIFA Path of Exile

As *loot boxes* são apenas uma particular implementação do fenômeno, mais geral, dos mecanismos de recompensa aleatória que foram implementados nos jogos eletrônicos há décadas. Verifica-se que em todas as quatro classificações, a aleatoriedade é considerada elementar, aí a adoção, pelos autores, do termo RRM (*random reward mechanism*), mas, via de regra, nem todos os mecanismos da tabela serão considerados *loot boxes*.

<sup>267</sup> NIELSEN, Rune Kristian Lundedal; Grabarczyk, Paweł. Are *loot boxes* Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games. DIGRA - Digital Games Research Association. 2019. Disponível em: <http://todigra.org/index.php/todigra/article/view/104>. Acesso em: 21 ago. 2021.

Pela tabela de Nielsen e Grabarczyk, o critério de diferenciação é a valoração, seja do custo de entrada, seja da recompensa. O problema é que acaba por restringir a ideia de jogo de azar apenas ao custo de entrada e recompensa, quando os elementos podem estar presentes nos jogos, envolver dinheiro real em alguma das etapas e ainda assim ter potencial de afetar negativamente os consumidores.

O valor, ressalta-se, decorre de uma raridade artificial criada pelas empresas de jogos para assegurar aos consumidores que certas recompensas são mais ou mais raras ou menos desejadas de se obter que outras<sup>268</sup>. É uma escassez amplamente controlada pelas empresas e que, em termos técnicos, não corresponde a uma escassez genuína considerando tratar-se de um bem digital facilmente replicável<sup>269</sup> e cujas respostas, às ações dos jogadores, vêm de algoritmos previamente programados.

Drummond e Sauer fizeram um levantamento de todos os títulos *triple A* lançados entre 2016 e 2017 que continham *loot boxes*:

Nome do Jogo	ESRB	Troca em dinheiro	Resultado desconhecido	Chance envolvida	Evita perdas se optar por sair	Vantagem competitiva
Assassins Creed Origins	17+	✓	✓	✓	✓	X
Battlefield 1	17+	✓	✓	✓	X	X
CoD: Infinite Warfare	17+	✓	✓	✓	✓	X
CoD: WWII	17+	✓	✓	✓	X	X
Destiny 2	13+	✓	✓	✓	X	X
FIFA 17	E	✓	✓	✓	✓	✓
FIFA 18	E	✓	✓	✓	✓	✓
For Honor	17+	✓	✓	✓	✓	X
Forza Motorsport 7	E	X	✓	✓	✓	X
Gears of War 4	17+	✓	✓	✓	X	X
Halo Wars 2	13+	✓	✓	✓	✓	X
Injustice 2	13+	X	✓	✓	✓	X
Lawbreakers	17+	✓	✓	✓	X	X
Madden NFL 17	E	✓	✓	✓	✓	✓
Madden NFL 18	E	✓	✓	✓	✓	✓
Mass Effect Andromeda	17+	✓	✓	✓	✓	X
ME: Shadow of War	17+	X	✓	✓	✓	X
NBA 2k18	10+	✓	X	X	X	X
Need for Speed Payback	13+	✓	✓	✓	✓	X
Overwatch	13+	✓	✓	✓	X	X
PUBG	13+	✓	✓	✓	X	✓
Star Wars Battlefront II	13+	X	✓	✓	✓	X

<sup>268</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of *loot boxes* Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *In: International Journal of Mental Health and Addiction* (2022). P. 444.

<sup>269</sup> A escassez de bem digital é um debate atual no estudo de aplicações práticas da blockchain, pela própria natureza da tecnologia.

Verifica-se, nessa tabela, que todos são jogos comercialmente indicados para o público menor de dezoito anos e seis deles, indicados para indivíduos acima de treze anos de idade. Conforme apontado em estudo<sup>270</sup>, em dez deles foram constatados os critérios de Griffiths que identificam jogos de azar. Em quatro desses dez jogos, nada obstante a vedação nos termos de uso, é possível que os jogadores comercializem e efetuem a transferência das recompensas recebidas nas *loot boxes*.

King e Delfabbro<sup>271</sup> identificaram, no jogo *Destiny 2* (Bungie, Inc.), táticas predatórias nas *loot boxes*, tais como:

- 1) Estrangulamento, que segundo os autores consiste na quantidade de pontos que podem ser adquiridos no consumo normal do jogo para ter acesso às *loot boxes* para, em vez disso, incentivar jogadores a gastarem dinheiro com as *loot boxes* como forma de encurtar o caminho;
- 2) O incentivo para que os jogadores resgatem sempre recompensas obtidas fora das *loot boxes* via *marketplace* dentro do jogo, que vende as *loot boxes* para assegurar o máximo de exposição a essas ofertas
- 3) Ajuste do sistema de recompensa do jogo para que as *loot boxes* contêmam a maioria dos itens raros para criar uma demanda por recompensas monetizadas.

Essas práticas fazem com que o jogo seja menos sobre a progressão do jogador, o aprendizado de habilidades ou uso de estratégias, e mais sobre gastar dinheiro. As táticas listadas podem encontrar vedação no Código de Defesa do Consumidor, diante de uma interpretação extensiva, mas, a despeito disso, são normalmente praticadas nas *loot boxes* comercializadas no país.

As informações fornecidas pelas desenvolvedoras e publicadoras sobre os processos de monetização de seus jogos são superficiais e não explicam critérios adotados para a criação para personalizar os anúncios e estimular o consumo a sistemas de recompensa aleatória. Como se vê com as evidências apresentadas, a assimetria informacional faz parte da própria essência dos mecanismos de recompensa aleatória nos jogos eletrônicos, seja pela falta de informação na oferta, pelos problemas com a publicidade, o uso de dados para potencializar consumo e a falta de clareza sobre a posse digital.

---

<sup>270</sup> FANTINI, Laiane M. C.; FANTINI, Eduardo P. C.; GARROCHO, Luís Felipe M. A. R. A Regulamentação das *Loot boxes* no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. SBGames 2019.

<sup>271</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. Internet Gaming Disorder: Theory, Assessment, Prevention, and Treatment. 1ª ed. 2018. Editora: Elsevier Academic Press. P. 9.



Existem também jogos que vendem, por dinheiro “real”, a moeda *in-game* – como gemas, por exemplo – e essas gemas, que não possuem lastro, podem, tal qual dinheiro “real”, ser utilizadas para comprar *loot boxes*. De acordo com o Boyd<sup>272</sup>, o *United States’ Financial Crimes Enforcement Network* define como o papel ou moeda propriamente dita (*coins*) em dinheiro que o país define como moeda. No Brasil, a moeda tem lastro e é definida por lei, que pode designar moedas ou notas. De fato, pode existir moeda digital para ser utilizada em transações dentro e fora dos jogos, tal como as criptomoedas.

O problema desse sistema, além de toda a polêmica que permeia as “caixas de pilhagem”, é que a adição de novas etapas de compra acaba tendo por consequência disfarçar, para o consumidor, o custo real da transação. Erica Neely<sup>273</sup> complementa:

As *loot boxes* são mais difíceis de justificar do que as recompensas fixas [nas microtransações comuns], porque o jogador tem menos controle sobre o valor da compra - um projetista precisaria argumentar que a natureza aleatória da recompensa é ela mesma parte daquilo é valioso para um jogador. (tradução livre).

Considerando o que foi exposto, pode-se definir as *Loot boxes* como espécie de bem digital que são comercializadas por meio de microtransações dentro de um jogo eletrônico e utilizam sistemas pautados em aleatoriedade para conferir recompensas aos jogadores, as quais são também bens digitais. Possuem natureza de negócio jurídico e é criado um vínculo contratual entre as partes, que transacionam bens acessórios que só existem em função do principal, o jogo eletrônico em si.

A princípio, há uma aparente semelhança com os contratos aleatórios. Nestes negócios, as partes manifestam vontade e criam um contrato oneroso cujo resultado depende de um evento futuro e incerto. Como exemplo, existem os contratos de *emptio spei* e *emptio rei speratae*, ambos previstos respectivamente nos artigos 458 e 549 do Código Civil.

---

<sup>272</sup> BOYD, Gregory; KANE, Sean F; PYNE, Brian. **Video Game Law: everything you need to know about legal and business issues in the Game Industry**. CRC Press: Boca Raton. 2018. p. 166.

<sup>273</sup> NEELY, Erica. **Come for the game, stay for the cash grab: the ethics of loot boxes, microtransactions, and freemium games**. ETHICOMP Conference, Poland, 2018.

No primeiro, o adquirente compra o risco relativo à existência da coisa, de modo que o objeto não é o resultado, mas sim, a esperança. Daí o nome, que pode ser traduzido como “esperança vazia”<sup>274</sup>. Refletindo em um exemplo, o consumidor pode adquirir caixas dentro do jogo as quais podem ou não conter uma recompensa. Considera-se realizado o negócio com a aquisição da caixa mesmo que nada tenha dentro dela, embora quem a adquirida tenha a expectativa em receber um conteúdo secreto. As *loot boxes* - ao menos na maior parte dos casos – correspondem a recipientes os quais vão necessariamente conter uma recompensa.

O segundo caso é o oposto, já que a incerteza se refere a quantidade, uma vez que o evento vai ocorrer. Gagliano *et al*<sup>275</sup> denominam como “venda da coisa esperada” com a ressalva do prêmio ser maior ou menor do que o pretendido. O requisito objetivo é elementar, logo, não há relação com aos negócios jurídicos relativos às *loot boxes*. Isso porque ao adquirir essas caixas, o consumidor é, via de regra, informado previamente que elas contêm um item de recompensa secreta - ou até mais.

Há ainda uma terceira modalidade identificada por Gagliano *et al*<sup>276</sup> como “contrato de compra de coisa presente, mas exposta a risco assumido pelo contratante”. Prevista no art. 460 do Código Civil, a incerteza é sobre o que pode ocorrer com a coisa até o momento em que ela for entregue ao adquirente. Também não é o caso das *loot boxes*.

Diferentemente do que ocorre com as apostas, as *loot boxes* não podem ser consideradas contratos aleatórios, uma vez que neste caso o resultado é certo, independe de acontecimento futuro. A imprevisibilidade reside unicamente no conteúdo das caixas. Logo, os jogadores sabem que estão adquirindo uma caixa que contém uma recompensa secreta e é claro que o valor pago se refere à caixa em si, mas uma aposta é feita em relação a esse resultado. A forma como o resultado é obtido não passa pelo conhecimento do jogador.

---

<sup>274</sup> GAGLIANO Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. Contratos: teoria geral. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. P. 201.

<sup>275</sup> Idem. P. 202.

<sup>276</sup> Idem. P. 202.

## 4.2. Riscos ocultos, heurísticas e motivações

A relação entre o consumidor e os videogames ultrapassa a mera perspectiva de entretenimento e rompe os limites criados pelo círculo mágico. Faleiros Júnior e Densa ressaltam a natureza exploratória da aplicação das loot boxes, vez que usualmente são utilizados “algoritmos complexos que podem tornar os jogos de entretenimento eletrônico em jogos de azar”, sem que o consumidor saiba que está diante de um jogo de azar. Conforme lembram os autores, com o desenvolvimento de jogos com claros elementos característicos de jogos de azar, as empresas operam em uma zona de obscuridade regulatória e tiram ao máximo o proveito disso.

Segundo Whitson e Simon<sup>277</sup>, diferente de um jogo de xadrez, um jogo eletrônico como Call of Duty possui regras determinadas pelo algoritmo as quais não são compartilhadas com o jogador, mas criam neste a sensação de liberdade para agir e fazer escolhas quando na verdade, há uma complexa inferência de dados para entender o perfil do consumidor e criar mecanismos para que suas ações ocorram dentro do que é o esperado. Isso é reflexo da linguagem de imersão e engajamento proporcionada por esse bem de consumo. De acordo com os autores, “quanto mais imerso em um videogame, menos você estará preocupado com as condições que produziram aquela experiência”. Isso representa um dos muitos fatores que dificultam aos jogadores entender os riscos das microtransações.

O ambiente de oferta das *loot boxes* está, geralmente, cercado de elementos visuais e sonoros comuns aos jogos de azar, de modo que é criado para o jogador um ambiente que promete a expectativa das recompensas serem maiores que as perdas, em que há facilidade em gastar dinheiro real ou há opacidade desse gasto por meio da compra de moedas virtuais, e ainda, trata-se de um ambiente permeado de estímulos visuais e sonoros que induzem à compra - e a comportamentos repetitivos de compra.

---

<sup>277</sup> WHITSON, Jennifer; SIMON, Bart. Game Studies meets Surveillance Studies at the Edge of Digital Culture: An Introduction to a special issue on Surveillance, Games and Play. Julho, 2014. *Surveillance & Society*, 12(3). P. 310.

Em um relato de um desenvolvedor de jogos eletrônicos, de autoria oculta, divulgado por Eli Hodapp, foram evidenciados aspectos ocultos por trás do game design de alguns jogos de empresas, principalmente quando há compartilhamento de informações ao vincular contas em redes sociais como Facebook. O desenvolvedor esclarece como os dados de comportamento dos jogadores, dentro e fora dos jogos, podem ser utilizados para direcionar respostas e potencializar a compra de ativos digitais. São condutas que fragilizam a liberdade de escolha que o consumidor crê que possui.

Existe uma questão moral também sobre as microtransações e as recompensas que podem ser obtidas. Os autores Evers *et al*<sup>278</sup> identificaram consequências a partir da reação dos jogadores em relação aos semelhantes a partir de um estudo sobre os custos ocultos desses sistemas. Há maior desaprovação, entre os jogadores, daqueles que adquirem vantagens dentro do jogo por meio de microtransações, do que aqueles que pagam apenas por itens ornamentais. Porém os autores também verificaram que jogadores se sentem mais motivados a pagar com vantagens do jogo quando verificam que outros já o fizeram.

Note-se que as microtransações objeto da análise consistem em compras diretas de ativos digitais, de modo que itens mais raros são mais valorizados e podem justificar as compras *in-game*. No contexto das *loot boxes*, dada a sua natureza de recompensa aleatória, jogadores adquirem as caixas no primeiro momento para, posteriormente, descobrir a recompensa recebida, que pode ou não ser um item raro.

Larche *et al*<sup>279</sup> apontam que o incentivo para consumo das caixas reside na chance de obter itens raros a partir das preferências dos jogadores. A expectativa em obter itens valiosos orienta o processo de escolha para o consumo e estimula a compra repetitiva das caixas com recompensas. Diante desse ambiente de incerteza é que propõe, em capítulo próprio, a análise do problema sob a perspectiva da economia comportamental para respaldar o debate regulatório.

---

<sup>278</sup> EVERS, E. R. K.; VAN DE VEN, N.; WEEDA, D. The hidden cost of microtransactions: buying in-game advantages in online games decreases a player's status. *International Journal of Internet Science*. 2015, 10(1).

<sup>279</sup> LARCHE, Chanel J.; CHINI, Katrina; LEE, Christopher; DIXON, Mike J.; FERNANDES, Myra. Rare Loot Box Rewards Trigger Larger Arousal and Reward Responses, and Greater Urge to Open More *Loot boxes*. *Journal of Gambling Studies*. 2019. Springer.

Como dito, é comum que as *loot boxes* contenham animações e efeitos sonoros tanto durante o processo que antecede a compra quanto, após a compra, são propriamente abertas e a recompensa é revelada. Em *Overwatch*, observam os autores, há uma animação que mostra a caixa vibrando assim que o jogador opta por abri-la e isso perdura alguns segundos até que a caixa explode e seu conteúdo é exibido. Esse período entre a compra e a abertura é chamado pelos autores de pausa pós-reforço, que funciona para prolongar o sentimento de vitória do jogador.

A promessa de uma recompensa valiosa e o consumo por reforço contribuem para o comportamento repetitivo de compra. De acordo com Larche *et al.*<sup>280</sup>, quando jogadores compram *loot boxes*, abrem as caixas e recebem uma recompensa pouco desejada, tendem imediatamente a comprar uma nova caixa, assim como ocorre também quando há uma boa recompensa recebida. Porém, quanto mais rara a recompensa que se busca, menor o sentimento de frustração dos consumidores com as recompensas menos desejadas que são recebidas durante as compras de *loot boxes* que são feitas. São heurísticas utilizadas pelos consumidores dentro do fértil campo que as caixas de saque criam.

Não é à toa que os jogadores de quaisquer idades se sentem estimulados a permanecer no ambiente do jogo realizando compras contínuas em sistemas de recompensa aleatória. Faleiros Júnior e Densa<sup>281</sup> explicam algumas das práticas que, aparentemente lícitas, transitam entre a abusividade prevista no CDC ao comprometer a veiculação e precisão da informação, a rotulagem e a veracidade da oferta. Os autores listam alguns recursos denominados *nudges*, que utilizam de heurísticas e reforçam o consumo. São elas as microtransações, o *framing*, *anchoring* e *bundling*.

---

<sup>280</sup> LANCHE, Chanel J.; CHINI, Katrina; LEE, Christopher; DIXON, Mike J.; FERNANDES, Myra. Rare Loot Box Rewards Trigger Larger Arousal and Reward Responses, and Greater Urge to Open More Loot Boxes. *Journal of Gambling Studies*. 2019. Springer.

<sup>281</sup> FALEIROS JUNIOR; José Luiz de Moura; DENSA, Roberta. Para além das loot boxes: responsabilidade civil e novas práticas abusivas no mercado de games. In: **Proteção de dados pessoais na sociedade da informação. [Recurso eletrônico]**. Coord.: João Victor Rozatti Longhi, José Luiz de Moura Faleiros Junior, Rodrigo Gugliara. Indaiatuba, SP: Editora Foco, 2021.

O *framing*, ou “enquadramento de preço”, cria a ideia que as escolhas dos indivíduos são influenciadas de acordo com a forma com que o problema se apresenta. É, segundo os autores, o que ocorre com a precificação centesimal, ofertando um bem a R\$14,99 no lugar de R\$15,00. Assim como a raridade dos itens dos jogos é artificialmente criada, aqui há uma inautêntica definição de preço como forma de influenciar o consumidor a respeito de uma vantagem que, em verdade, inexistente. Isso se torna ainda mais grave quando, pela compra de moeda de jogo, os jogadores perdem a noção do valor real dos bens que estão sendo adquiridos através das microtransações.

O efeito de *anchoring*, criado por Tversky e Kahneman, diz respeito à forma com que as pessoas tendem a apoiar suas escolhas em informações irrelevantes. Segundo os autores, trata-se de prática de anunciar o preço real da oferta em comparação a um preço de venda anterior ou concorrente como forma de promover o próprio anúncio. Com isso, as decisões são feitas a partir de ajustes tipicamente insuficientes, chamados âncoras, de modo que diferentes pontos de partida produzem estimativas diferentes embora todas sejam tendenciosas. Além da ancoragem em preços artificialmente estipulados, os estudos utilizados demonstraram que, ao menos em princípio, os jogadores gastam dinheiro em *loot boxes* não pelo ato de compra em si, mas ancorados na expectativa de conseguir receber um item surpresa raro ou considerado desejado.

O *bundling* consiste numa técnica de venda agrupada, numa oferta, de um conjunto de serviços ou produtos como um pacote, com a aparente vantagem em relação à aquisição separada dos bens. É similar a venda casada, mas dela diferencia uma vez que os produtos podem ser adquiridos de forma individualizada. No contexto das microtransações e *loot boxes*, as lojas *in-game* costumam oferecer um valor para a aquisição de uma caixa, e outro valor substancialmente vantajoso para consumidores que quiserem adquirir um conjunto de caixas. Todas as práticas listadas potencializam o ambiente de incerteza e prejudicam a clareza do consumidor.

Considerando as características dos bens digitais, o caráter de raridade é criado artificialmente. Os itens não são únicos e podem ser replicados quase que infinitamente a um custo reduzido, dependendo apenas da disposição das desenvolvedoras e publicadoras. Com o uso de dados sobre o comportamento dos consumidores e as respostas aos estímulos para consumo, as empresas têm em mãos um grande conjunto de informações que permitem desenhar as caixas, eleger recompensas raras para jogadores específicos e calcular a probabilidade de entrega de itens raros e não raros.

O estudo das probabilidades de recompensa realizado por Chen *et al*<sup>282</sup> verificou-se a falta transparência na divulgação da alocação de probabilidades das recompensas. Com isso, se por um lado a desenvolvedora informa ao consumidor que a chance de receber determinado item raro é de 1%, a chance real é de 0,0005% e, sem conhecimento disso, a informação equivocada traz uma falsa sensação de perdas – ou sensação reduzida de perda – e acaba sendo outro fator estimulante da compra repetitiva de *loot boxes*. Medidas de transparência dependem, dessa forma, da boa-fé das empresas. São recursos ocultam, para os consumidores, os verdadeiros custos de transação.

Segundo Xiao<sup>283</sup>, as *loot boxes* representam um meio lucrativo e um método prevalente de monetização contemporânea o qual encoraja repetição nas compras através da aleatoriedade das recompensas contidas dentro das caixas que são recebidas. Os jogadores frequentemente recebem recompensas cujo valor é desproporcional ao custo da compra de *loot box* (como itens duplicados, itens cosméticos menos atrativos ou menos poderosos dentro do jogo) mas, ainda assim, continuam comprando as caixas na expectativa de obter itens raros, seja para completar uma coleção, melhorar o poder do jogo com uma vantagem competitiva ou até para obter lucro vendendo o item a terceiros.

---

<sup>282</sup> CHEN, Ningyuan; ELMACHTOUB, Adam N.; HAMILTON, Michael L.; LEI, Xiao. Loot box pricing and design. Agosto, 2019. Disponível em:

[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3430125](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3430125). Acesso em: 12 dez. 2021.

<sup>283</sup> *Idem*.

A despeito dessas práticas, Thaler e Susteain<sup>284</sup> lembram que uma das formas mais eficazes de implementar um recurso de *nudge* é através da influência social. As influências sociais se agrupam em duas categorias: informações, no sentido de que as ações de muitas pessoas transmitem informações sobre o que seria conveniente fazer ou pensar, e a pressão social ditada pela importância dada aos que os outros pensam a respeito de uma pessoa.

É possível ver claramente como isso se aplica nos mecanismos aleatórios de recompensa, dificultando ou impedindo que os consumidores sejam alertados sobre os efeitos ou as condições na compra dessas caixas. Isso oculta os custos que serão assumidos pelos consumidores. Essas práticas, juntamente com os riscos identificados à saúde e ao bem estar dos consumidores, se somam ao conjunto de riscos ocultos presentes nas *loot boxes*.

#### 4.3. A relação das *loot boxes* com jogos de azar<sup>285</sup>

As *loot boxes* tornaram turvas as barreiras que separavam os jogos eletrônicos dos jogos de azar. Neste subcapítulo, pretende-se levantar os principais trabalhos que correlacionam os sistemas de recompensa aleatória das *loot boxes* ao vício com jogos em jogos eletrônicos, respaldando a defesa de regulamentação como forma de trazer segurança aos consumidores e ao mercado em sentido amplo.

---

<sup>284</sup> THALER, Richard H; SUSTEIN, Cass R. **Nudge: como tomar decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade**. Trad.: Ângelo Lessa. 1ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.

<sup>285</sup> Nos estudos publicados em língua inglesa que servem de referência para este trabalho, é comumente utilizado o termo *gambling* como analogia à estrutura e efeitos das *loot boxes* nos consumidores. Em português, *gambling* pode ser traduzido como “jogo problemático” ou “jogo de azar”. A primeira tradução citada é vaga o suficiente para se perder no foco desta pesquisa. A segunda é mais adequada, razão pela qual será aqui adotada.



Existem jogos eletrônicos que simulam jogos de azar propriamente ditos com as mesmas características das *loot boxes*, como por exemplo, o ambiente de cassino na modalidade *role-play* do jogo *Grand Theft Auto V*. Nele, os jogadores podem utilizar a moeda do jogo, que pode ser recebida ou adquirida por dinheiro “real”<sup>286</sup>, e com ela realizar apostas dentro do cassino, podendo tanto perder dinheiro do jogo ou receber recompensas que só podem ser utilizados dentro do jogo. Há um sistema de recompensa aleatória, mas ultrapassa o debate das *loot boxes* por se tratar de uma evidente simulação de jogo de azar que existe no mundo físico.

Quais seriam, então, os elementos que relacionam as *loot boxes* aos jogos de azar? É isso o que deve ser compreendido antes de qualquer debate acerca da regulamentação das caixas de saque.

De acordo com Boyd<sup>287</sup>, para ser considerado jogo de azar, deve apresentar todos os três elementos:

- 1) Chance, que é relegada ao fator sorte e é uma ideia oposta ao uso de habilidades para conseguir uma recompensa;
- 2) Consideração, consistente na exigência de qualquer coisa em valor real ou grande esforço para poder jogar.
- 3) Prêmio, geralmente com valor real fora do limite espaço-tempo do jogo.

Para o jogador, a visão desses elementos pode não ser muito clara quando se leva em conta diversos recursos visuais e narrativos do jogo ou ainda, a dificuldade artificial, programada para se alcançar determinado resultado, indo além de uma tarefa que seja apenas difícil de ser executada<sup>288</sup>. Se, para o recebimento das caixas de saque, os desenvolvedores conseguem inserir elementos que requeiram habilidades dos jogadores, para Boyd isso acrescenta uma camada que afasta a aproximação com os jogos de azar. Então, se dentro de um jogo for organizada uma competição cuja inscrição consiste numa taxa fixa, com um prêmio determinado o qual não varia de acordo com a quantidade de participantes, tal como acontecem em torneios de E-Sports, a chance de ser considerado um jogo de azar é mínima.

---

<sup>286</sup> O site da Rockstar Games vende “pacotes de dinheiro” (do jogo) por valores que variam de R\$5,49 a R\$180,00 reais. Confirmada a compra, o valor é automaticamente inserido no saldo do personagem do jogador, associado à conta utilizada para a compra. ROCKSTAR GAMES. Disponível em: <https://www.rockstargames.com/br/newswire/article/9k1a9k875488ao/triple-rewards-on-casino-story-missions-and-rumors-of-diamonds-in-the->. Acesso em: 20 jan. 2022.

<sup>287</sup> BOYD, Gregory; KANE, Sean F; PYNE, Brian. **Video Game Law: everything you need to know about legal and business issues in the Game Industry**. CRC Press: Boca Raton. 2018. P. 192/193; 203/206

<sup>288</sup> BOYD, Gregory; KANE, Sean F; PYNE, Brian. **Video Game Law: everything you need to know about legal and business issues in the Game Industry**. CRC Press: Boca Raton. 2018. P. 204.

O autor alerta ainda sobre outras formas de monetização dos jogos que foram cuidadosamente desenhados para não reunir os três elementos listados. É o que ocorre com sorteios, cujo vencedor é determinado pela sorte, geralmente não há custo de entrada e há apenas um prêmio, ou prêmios restritos, ou é o caso de um concurso em que o vencedor é determinado por suas habilidades, há um prêmio e eventualmente pode estar presente o elemento da consideração.

Chama-se atenção para uma relevante distinção que normalmente não é levada em conta<sup>289</sup>. Sorteios são sistemas que se pautam no acaso, mas não são considerados *loot boxes*, pois num sorteio há um conjunto de pessoas que despendem um custo de entrada sabendo que apenas uma delas, ou uma parte, ganhará a recompensa. Nas *loot boxes*, cada consumidor que adquire uma caixa, recebe uma recompensa, mas a escolha dessa recompensa não cabe ao jogador e sim, a um sistema aleatório cujos parâmetros lógicos são desconhecidos.

Mark D. Griffiths<sup>290</sup> publicou estudo que se tornou referência no assunto ao elencar critérios para avaliar se as *loot boxes* são, de fato, jogos de azar, ultrapassando a seara do mero “risco assumido”. O autor identificou quatro:

- 1) A troca é determinada por um evento futuro que, na hora da aposta, o resultado é desconhecido;
- 2) O resultado é determinado pelo acaso, parcial ou totalmente;
- 3) A realocação da riqueza geralmente não exige trabalho produtivo de nenhum dos lados;
- 4) As perdas podem ser evitadas simplesmente por quem não desejar participar da atividade.

Esses critérios são usados como parâmetro para diversos outros pesquisadores, sendo, portanto, amplamente aceitos e citados no meio acadêmico.

Aaron Drummond e James D. Sauer<sup>291</sup>, partindo do estudo Griffiths, identificaram a presença de um novo elemento: a transferibilidade, ou seja, a possibilidade que os ganhos recebidos nessas caixas possam ser convertidos em dinheiro no mundo físico, seja por meio de locais gerenciados pela desenvolvedora de jogos ou pela plataforma de vendas, seja por meio de sites administrados por terceiros.

---

<sup>289</sup> Nas ações judiciais movidas, o termo “sorteio” é usado como sinônimo ou elemento definidor das “*loot boxes*”. ANCED. ANCED entra na justiça pedindo proibição de sorteios ilegais em jogos eletrônicos. 2021. Disponível em: <https://www.ancedbrasil.org.br/anced-entra-na-justica-pedindo-proibicao-de-sorteios-ilegais-em-jogos-eletronicos/>. Acesso em: 8 ago. 2021.

<sup>290</sup> GRIFFITHS, Mark D. (2018). **Is the buying of loot boxes in videogames a form of gambling or gaming?**. *Gaming Law Review*. 22(1): pp. 52-54. 22.

<sup>291</sup> DRUMMOND, Aaron & SAUER, James. **Video game loot boxes are psychologically akin to gambling**. *Nature Human Behaviour*, 2018. Páginas 530– 532.

Chang<sup>292</sup> explica melhor a transferibilidade de bens por dinheiro:

A transferibilidade lida com a questão a respeito da possibilidade de trocar itens adquiridos via *loot boxes*, o que transformaria os itens em objetos de transações de real valor monetário.

Em *Overwatch*, por exemplo, você não pode trocar as *skins* e os *sprays* (itens cosméticos que, neste jogo, não aumentam as habilidades dos jogadores) que você recebe nas *loot boxes* com os demais jogadores; por outro lado, em *CS:GO*, o jogador já pode trocar os itens cosméticos, sendo isso uma grande parte do ecossistema do jogo. Em alguns ordenamentos jurídicos, o modelo de *Overwatch* não seria considerado como jogo de azar, enquanto o de *CS:GO* seria.

Além disso, há as situações nas quais o dinheiro pode ser gasto para apostar em itens dentro dos jogos. Esse foi o caso de muitos sites de apostas de itens cosméticos em jogos de *CS:GO*, nos quais a *Valve* teve de intervir.

Os bens virtuais do jogo ou os sistemas de moeda são criados para serem usados dentro de um jogo ou de jogos pertencentes a uma mesma empresa. De acordo com Boyd<sup>293</sup>, trata-se de um sistema “*closed-loop*”, fechado, que se mostra seguro do ponto de vista legal. Porém, existem jogos que adotam um sistema “*open-loop*”, que permite a transferência de ativos, o qual embora não confirme propriedade de direito aos jogadores, viabilizam o repasse de itens entre contas e abre margem para criação de ambientes de comercialização fora do jogo, seja em mercados ou leilões gerenciados por terceiros.

Ainda que possam violar termos de uso das desenvolvedoras e distribuidoras, se o sistema é “*open-loop*” e permite a transferência de ativos digitais, há margem para a criação de vendas paralelas fora do ambiente do jogo<sup>294</sup>.

Ademais, é um importante indicador que coloca jogadores em situação de risco quando as transações ocorrem em ambientes controlados por terceiros, sem qualquer gerência das desenvolvedoras e publicadoras. Alerta Xiao<sup>295</sup> que o potencial valor no mundo físico das recompensas recebidas é tão relevante quanto a venda das caixas por dinheiro real no que diz respeito à relação com jogos de azar.

---

<sup>292</sup> CHANG, Sofia. ***loot boxes - parte 2: o império das microtransações***. 2019. Centro de Pesquisa em Direito, Tecnologia e Inovação (Centro DTIBR). Disponível em: <https://www.dtibr.com/post/2019/03/22/loot-boxes-o-status-jurc3addico-das-loot-boxes-em-diferentes-pac3adses>. Acesso em: 11 jun. 2021.

<sup>293</sup> BOYD, Gregory; KANE, Sean F; PYNE, Brian. ***Video Game Law: everything you need to know about legal and business issues in the Game Industry***. CRC Press: Boca Raton. 2018. p. 200.

<sup>294</sup> Isso remete também a uma questão tributária, que é trazida aqui a título de ilustração. As transações realizadas dentro do jogo ou fora dele podem ser tributadas com imposto sobre circulação de mercadorias? Considerando que esses mercados, internos ou externos, são de alcance global, quais impactos fiscais podem ser controlados por uma regulamentação fiscal própria? São questionamentos que residem sem resposta no ordenamento jurídico pátrio.

<sup>295</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of *loot boxes* Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *In: International Journal of Mental Health and Addiction* (2022). P. 446.

A título de exemplificação, a Apple foi processada em uma ação coletiva acusando a empresa de aplicar práticas predatórias nas *loot boxes* vendidas pela App Store, loja virtual da empresa<sup>296</sup>. De acordo com a matéria:

Grande parte do argumento da ação judicial, no entanto, depende da definição de jogo delineada pelo Código Penal da Califórnia, que afirma que um dispositivo de jogo ilegal tem três características: é uma máquina, abertura ou dispositivo; algo de valor é dado para jogar; e o jogador pode receber algo de valor por elemento de acaso.

É importante ressaltar que, neste caso, o item de valor não se limita a moedas, contas ou tokens; sob a definição do Código Penal da Califórnia, ele pode estender-se a " replays gratuitos, tempo adicional de jogo, bilhetes de resgate, cartões de presente, créditos de jogo, ou qualquer outra coisa com um valor, monetário ou não.(tradução livre)

O processo tramita no Tribunal Distrital dos EUA do Norte da Califórnia e, embora não tenha sido concluído, mostra a caracterização de jogos de azar a partir de uma previsão legal que leva em conta o valor medido não apenas em moeda no mundo físico, mas em qualquer bem que possa representar valor de fato.

Até então os elementos citados eram consenso em boa parte dos pesquisadores que partiam dessa relação com jogos de azar para realizar novos estudos buscando confirmar ou contestar a hipótese. Porém, um novo entendimento na Holanda pode reacender o debate dos elementos que vinculam as *loot boxes* a jogos de azar.

Na decisão proferida em março de 2022 pela Autoridade Holandesa de Jogo sobre as *loot boxes* do FIFA Ultimate Team, as caixas deixam de ser consideradas jogos de azar de acordo com a lei holandesa se, cumulativamente<sup>297</sup>:

- 1) As *loot boxes* fizerem parte de um jogo cujo vencedor é decidido pelo critério de habilidade;
- 2) As *loot boxes* são obtidas e abertas dentro do ambiente do próprio jogo;
- 3) AS *loot boxes* podem ser obtidas tanto durante o jogo quando mediante microtransações;
- 4) A grande maioria das *loot boxes* são obtidas durante o jogo, sem que exista uma situação em que jogadores comprem caixas em larga escala com a única intenção de vender o conteúdo recebido a título de recompensa.

---

<sup>296</sup> TAYLOR, Ivy. **Class action lawsuit brought against Apple over *loot boxes***. 18/06/2020. GameIndustry.biz. Disponível em: [Class action lawsuit brought against Apple over \*loot boxes\* | GamesIndustry.biz](https://www.gamesindustry.biz/articles/2022-04-25-dutch-gambling-authority-vs-electronic-arts-the-end-of-loot-boxes-as-legislative-black-boxes). Acesso em: 20 jun. 2021.

<sup>297</sup> OTTO, Renè. **Dutch Gambling Authority vs Electronic Arts, and the future of *loot boxes***. 25/04/2022. GameIndustry.biz. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2022-04-25-dutch-gambling-authority-vs-electronic-arts-the-end-of-loot-boxes-as-legislative-black-boxes>. Acesso em: 25 abr. 2022.

A decisão trouxe novos critérios para avaliação. Um deles é a análise a partir do percentual de caixas que podem ser recebidas durante o jogo em relação àquelas que são efetivamente compradas pelos jogadores. O outro é a relação de autonomia ou acessoriedade que vai definir se as *loot boxes* podem ou não ser jogos de azar. Assim, se as caixas de saque do FIFA não são autônomas em relação ao jogo FIFA Ultimate Team, considerando o conjunto, trata-se de um jogo de habilidade e, portanto, são permitidas de acordo com a lei.

A questão das microtransações, ao menos até 2019, não havia sido definitivamente enfrentada por cortes judiciais, segundo apontado por King *et al.* Porém, na Austrália houve um caso envolvendo a *Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)* contra a *Valve Co.* que foi iniciado em 2014 e durou até 2018. Embora não envolvesse diretamente microtransações, concluiu que a empresa havia enganado os consumidores, de acordo com a legislação consumerista do país, multando a *Valve* em 3 milhões de dólares australianos<sup>298</sup>.

No Brasil, o debate jurídico é incipiente. Em meados de 2021 a Associação Nacional dos Centros de Defesa da Criança e do Adolescente (ANCED) deu entrada a diversas ações civis públicas contra desenvolvedoras e publicadoras, provocando o judiciário para se posicionar sobre a legalização dos mecanismos aleatórios de recompensa e a relação com jogos de azar. Figuram como réus nos processos as empresas *Activision Blizzard* Brasil Promoções Ltda. (*Activision*), *Electronic Arts Games* (EA Games); *Garena* Agenciamento de Negócios Ltda. (*Garena* Brasil), *Nintendo* Brasil, *Riot Games* Serviços Ltda. (*Riot*), *Ubisoft* Entertainment Ltda. (*Ubisoft*), *Konami* Holdings Corporation (*Konami*), *Trueline Valve* Corporation (*Valve*), *Tencent* Holdings Ltda., além da *Apple Computer* Brasil Ltda., *Microsoft* do Brasil Importação Ltda., *Google* Brasil Internet e *Sony* Interactive Entertainment do Brasil<sup>299</sup>.

---

<sup>298</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H.; GAINSBURY, Sally M.; DREIER, Michael; GREER, Nancy; BILLIEUX, Joel. Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective. *Computers in Human Behavior*, Volume 101, 2019, Pages 131-143.

<sup>299</sup> ANCED. ANCED entra na justiça pedindo proibição de sorteios ilegais em jogos eletrônicos. 2021. Disponível em: <https://www.ancedbrasil.org.br/anced-entra-na-justica-pedindo-proibicao-de-sorteios-ilegais-em-jogos-eletronicos/>. Acesso em: 8 ago. 2021.

Os processos ainda estão em fase de conhecimento, mas o Ministério Público já emitiu parecer favorável à proibição. Considerando a probabilidade de criação de importante precedente para a indústria, o desfecho está sendo acompanhado por grande parcela do mercado nacional.

Por outro turno, a vinculação das *loot boxes* a jogos de azar não parece ser consenso entre juristas. Em uma matéria do Conjur<sup>300</sup>, os advogados entrevistados não concordaram com a proibição das caixas no país e os argumentos são ora em razão da não obrigatoriedade da compra para os jogadores, ora em função de paralelos que não são proibidos no país, como sistema de vendas de envelopes de figurinhas. Para explicar como as comparações não são razoáveis, serão demonstrados a seguir paralelos relevantes geralmente utilizados quando se argumenta em prol da não regulamentação das *loot boxes*.

#### 4.4. Paralelos relevantes

O estudo das *loot boxes* e o debate sobre a regulamentação demanda a análise de situações análogas com base no questionamento sobre o porquê as caixas dos jogos eletrônicos atraem tanta atenção enquanto outros bens de consumo, que adotam lógica semelhante, passam despercebidos. São paralelos que provocam a reflexão sobre a defesa da regulamentação defendida neste estudo, principalmente depois da declaração de Kerry Hopkins da *EA Games* à Casa dos Comuns no Reino Unido, que comparou *loot boxes* com o Kinder Ovo e os brinquedos Hatchimals e LOL Surprise<sup>301</sup>.

---

<sup>300</sup> HIGIDIO, José. Advogados rejeitam proibição de *loot boxes*, mas defendem reajustes. 19/04/2021. Conjur. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-abr-19/advogados-rejeitam-proibicao-loot-boxes-defendem-ajustes>. Acesso em: 7 fev. 2022.

<sup>301</sup> GANIKO, Priscila. Eletronic Arts diz que *loot boxes* são “mecânicas de surpresa”. JovemNerd. 20/06/2019. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/electronic-arts-diz-que-loot-boxes-sao-mecanicas-de-surpresa/>. Acesso em: 2 abr. 2022.

### a. Cartas colecionáveis em sistema de venda de envelopes lacrados

O primeiro exemplo é o das cartas de Magic: the Gathering, jogo com uma coleção de cartas contendo personagens, habilidades e recursos específicos que são utilizadas em duelos entre usuários, cuja vitória é pela combinação das cartas. Porém, pode ser aplicado a qualquer sistema com figurinhas colecionáveis que são vendidas em envelopes lacrados.

A mecânica do jogo de cartas não suscita questões legais, porém chama a atenção a forma com que as cartas são adquiridas<sup>302</sup>. Rememorando álbuns de figurinhas em que se adquire pacotes fechados e confia à sorte o recebimento de itens desejados, *Magic:The Gathering* adota o mesmo processo de aleatoriedade e incerteza na recompensa. Os pacotes de cartas variam entre R\$42,09 a R\$ 1.814,39, de acordo com a loja oficial da empresa na Amazon<sup>303</sup>, e as cartas são livremente comercializadas entre os jogadores que desejam desfazer ou adquirir cartas específicas<sup>304</sup>.

Tomando por referência o jogo Magic, só há uma forma de se adquirir as cartas, que é fora do círculo mágico, ou seja, fora do ambiente de jogo. De acordo com os elementos listados por Griffiths, Drummond e Sauer, há forte semelhança com jogos de azar. A troca é determinada por um evento futuro que, na hora da compra, é parcialmente desconhecido e o resultado é determinado pelo acaso, já que os compradores conseguem saber apenas a categoria das cartas que podem conter no envelope. A realocação da riqueza não exige trabalho produtivo e a perda pode ser evitada simplesmente por quem não quiser adquirir as cartas.

Porém, o jogo não ocorre em ambiente imersivo, tal qual nos videogames. O jogador não está compenetrado num ambiente interativo cujas ações, acredita, terão reflexo apenas dentro daquele universo. Diante estar nesse contexto, dada a natureza dos jogos eletrônicos, é que os riscos aos consumidores são acentuados. Diante disso, é forçoso considerar que jogos com esses sistemas de cartas são idênticos às *loot boxes*.

---

<sup>302</sup> MAGIC: THE GATHERING. Como jogar Magic: The Gathering. Disponível em: <https://magic.wizards.com/pt-BR/how-to-play>. Acesso em: 14 abr. 2022.

<sup>303</sup> Os valores se referem ao Pacote com 12 cartas de Innistrad: Caçada à Meia Noite e Pacote Strixhaven: School of Mages, respectivamente. A consulta foi feita na loja da empresa na Amazon em 14 de abril de 2022. Link: [https://www.amazon.com.br/stores/MagictheGathering/page/CFAED46A-B2FE-42EA-85D0-2963ECBABE64?ref=ast\\_bln](https://www.amazon.com.br/stores/MagictheGathering/page/CFAED46A-B2FE-42EA-85D0-2963ECBABE64?ref=ast_bln).

<sup>304</sup> Apenas para ilustração, cita-se o site LigaMagic que possui bazar e leilão com vendas de cartas do jogo. Site: <https://www.ligamagic.com.br/?view=leilao/listar>.

## b. Kinder Ovo, Hatchimals e LOL Surprise

Seguindo a mesma lógica, o Kinder Ovo<sup>305</sup> também oferece um brinquedo como brinde àqueles que comprarem o chocolate, mas não há informação sobre quais tipos de brinquedo podem ser obtidos, a não ser uma mera referência a personagens de alguma franquia ou a uma coleção específica. Também estão presentes os elementos da incerteza, da aleatoriedade e da onerosidade, tanto na entrada quanto na revenda a outros consumidores. Por exemplo, a popular coleção Leo Venturas nos anos 1990 pode ser adquirida no Mercado Livre por R\$320,00<sup>306</sup>.

As bonecas LOL Surprise e os brinquedos da Hatchimals utilizam procedimento semelhante. Uma forma popular de adquirir as bonecas é comprando bolas, bolsas ou caixas lacradas cujos rótulos indicam apenas coleções específicas. A incerteza reside no tipo de brinquedo que será encontrado. Da mesma forma que os pacotes de cartas colecionáveis e Kinder Ovo, as bonecas são comercializadas entre pessoas.

Outro exemplo importante para mencionar diz respeito às caixas “misteriosas” (*mystery box*)<sup>307</sup> vendidas em lojas, atreladas a franquias por meio do qual adquire-se uma caixa cuja a única certeza é que vai haver um brinquedo dentro. Porém, o brinquedo que será obtido fica relegado ao acaso e a única informação dada ao consumidor é o desenho, na embalagem, de todos os brinquedos possíveis de serem encontrados dentro da caixa. Os brinquedos obtidos podem facilmente ser comercializados como itens colecionáveis em ambientes C2C.

Também estão presentes os requisitos elencados por Griffiths, Drummond e Sauer. A ressalva é a mesma feita em relação as cartas colecionáveis.

---

<sup>305</sup> EA games: *loot boxes* aren't gambling, they're just like a Kinder Egg. 20/06/2019. BBC News. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/news/newsbeat-48701962>. Acesso em: 8 dez. 2021.

<sup>306</sup> A consulta foi realizada no Mercado Livre em 14 de abril de 2022. Link do anúncio: [https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1630219214-kit-9-leoventuras-kinder-ovo-coleco-leoes-raros- JM#position=4&search\\_layout=grid&type=item&tracking\\_id=c977c3ea-c407-48c3-8641-10ee6ab66583](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1630219214-kit-9-leoventuras-kinder-ovo-coleco-leoes-raros- JM#position=4&search_layout=grid&type=item&tracking_id=c977c3ea-c407-48c3-8641-10ee6ab66583).

<sup>307</sup> Existem diversas caixas misteriosas no mercado. Ao consumidor é informada a franquia do brinquedo surpresa e geralmente há um aviso que o item a seleção do item [conteúdo] é aleatória. Um exemplo são os Mystery Minis da empresa Funko. Link: <https://www.funko.com/shop/details/movies-jurassic-world-dominion-mystery-minis>.



### c. Clubes de assinatura com recompensas aleatórias

Populares nos últimos cinco anos, empresas como Omelete passaram a comercializar um pacote mensal de assinaturas que trazia, como recompensa, itens aleatoriamente escolhidos que seriam revelados apenas quando os assinantes recebessem a caixa do mês<sup>308</sup>. As recompensas variaram entre pôsteres, colecionáveis e camisas licenciadas do universo *geek*. Inspirado no mesmo modelo de negócios, surgiu a empresa Nerd ao Cubo<sup>309</sup>.

Nos casos citados, há a presença do elemento onerosidade e aleatoriedade, sem qualquer informação ao consumidor sobre o que será recebido. No anúncio das caixas há informação, a título de oferta, de possíveis itens que podem estar presentes, o que denota uma justificativa das empresas em informar o consumidor.

Todavia, embora mencionados informalmente em comparativo às *loot boxes* ou jogos de azar, não guardam grande semelhança vez que, embora secretos, aleatórios e com possibilidade de serem comercializados entre consumidores, os itens são os mesmos em todas as caixas correspondentes a um mês ou coleção. Ainda, inexistem estímulos visuais ou sonoros que possibilitam o consumo desregrado das assinaturas e estudos que correlacionam o consumo dessas caixas, por meio de assinaturas, a problemas com consumo desregrado ou vício.

Apesar de mecânicas semelhantes às empregadas nas *loot boxes*, todas as práticas listadas se referem a bens não virtuais. Além da aquisição de propriedade de fato e de direito sobre bens móveis, há menor exposição a risco dos consumidores que não estão dentro de um ambiente imersivo sendo constantemente estimulados a investir nos itens surpresa.

---

<sup>308</sup> OMELETE&CO. Omelete Box: o universo geek dentro de sua casa. Disponível em: <https://www.omeletecompany.com/varejo>. Acesso em: 22 jan. 2022.

<sup>309</sup> NERD AO CUBO. Escolha seu cubo: uma caixa surpresa e recheada com uma coleção de produtos *geek* cuidadosamente selecionados e entregues na porta da sua casa. Disponível em: <https://www.nerdaocubo.com.br>. Acesso em: 22 jan. 2022.

#### d. Cassinos virtuais

Citados por Griffiths<sup>310</sup>, Brady e Prentice<sup>311</sup>, os cassinos virtuais, ou *social casinos*, são a forma de jogos *freemium* e correspondem a um tipo de entretenimento com microtransações que mais se aproximam de jogos de azar diante da possibilidade de ganhos monetários reais. Simulando cassinos reais, esse tipo de jogo apresenta mecanismos, iluminação, sons, excitação e experiências de vitórias e derrotas semelhantes aos jogos de azar, além de auferirem receita a partir do oferecimento, aos jogadores, de compras opcionais de moedas de jogo, via microtransações. Segundo os autores, muitos jogos de computador adotaram modelos semelhantes.

Barton *et al* identificou que os caça níqueis<sup>312</sup> estão estritamente associados a altas taxas de problemas de vício em jogos e são mais acessíveis que quaisquer outros jogos de azar. Isso levou os autores a concluir que caça-níqueis (EGMs, de *electronic gaming machines*, na redação original) são os mais viciosos e problemáticas formas de jogos de azar disponíveis para o grande público, tendo efeitos equivalentes aos de entorpecentes como *crack* ou cocaína<sup>313</sup>. Embora estejam mais distantes dos jogos eletrônicos do que o cassino virtual, o desenvolvimento de efeitos danosos de jogos de azar à saúde dos jogadores é incontroverso.

O cassino virtual aqui, como dito, trata-se da simulação de um jogo de azar existente no mundo físico o qual é transposto para o ambiente dos jogos eletrônicos e que, a par do contexto espacial, todas as outras características são similares à do cassino em si. Sendo inegavelmente um jogo eletrônico de azar, Kim *et al*<sup>314</sup> verificou que esses cassinos servem como ponte entre jogadores problemáticos e outras formas de jogos de azar, aumentando as probabilidades quando se está diante de jogadores problemáticos que realizam microtransações. Não podem ser comparados com *loot boxes* por serem jogos de azar propriamente ditos.

---

<sup>310</sup> GRIFFITHS, M. (2013). Social gambling via Facebook: Further observations and concerns. *Gambling Law Review and Economics*, 17, 104–106.

<sup>311</sup> BRADY, Andrew; PRENTICE, Garry. Are *loot boxes* Addictive? Analyzing Participant's Physiological Arousal While Opening a Loot Box. 2019. *Games and Culture*, 16(4), 419–433.

<sup>312</sup> O termo original é *eletronic gaming machines*, adotando a sigla EGM.

<sup>313</sup> BARTON, K. R.; YAZDANI, Y.; AYER, N.; KALVAPALLE, S.; BROWN, S.; STAPLETON, J.; BROWN, D. G.; HARRIGAN, K. A. (2017). The effect of losses disguised as wins and near misses in electronic gaming machines: A systematic review. *Journal of Gambling Studies*, 33, 1241–1260.

<sup>314</sup> KIM, Hyoun S. Social Casino Games: Current Evidence and Future Directions. 2015. Disponível em: [https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/Kim\\_\(2017\)\\_Social\\_casino\\_games\\_-\\_Current\\_evidence\\_and\\_future\\_directions.pdf](https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/Kim_(2017)_Social_casino_games_-_Current_evidence_and_future_directions.pdf). Acesso em: 7 abr. 2022.

Apesar do crescimento de acesso aos jogos eletrônicos pelas pessoas acima de cinquenta anos, existem poucos dados que buscam analisar se é e como é o consumo das *loot boxes* e como isso afeta os *seniors gamers*. Por outro lado, é possível encontrar diversas pesquisas que apontam o consumo das caixas por menores de idade, a relação com jogos de azar e a probabilidade em apresentar sintomas de vício<sup>315</sup>.

#### **4.5. Aspectos psicológicos: a relação com transtornos em jogos eletrônicos e vícios**

Ao longo deste trabalho foram apresentadas evidências científicas sobre a existência de um transtorno relacionado ao vício em jogos em geral (subcapítulo 2.6), chamando a atenção para um fenômeno que foi reconhecido pela Organização Mundial de Saúde e tem levantado preocupações pelo mundo. Paralelamente buscou-se apresentar aspectos controversos sobre as *loot boxes*, tais como as heurísticas adotadas pelos consumidores a partir de informações equivocadas ou omitidas para consumirem itens virtuais baseados em sistemas aleatórios de recompensa (subcapítulo 4.2) e a estreita relação destas caixas com jogos de azar (subcapítulo 4.3).

As considerações foram relevantes não apenas para elucidar todas os problemas levantados no estudo das *loot boxes*, mas igualmente para, conforme será demonstrado a seguir, apresentar indicadores que apontam a existência de um vício ocasionado pelo consumo das caixas, o qual possui estreita relação com os vícios em jogos de azar. São argumentos que reforçam a defesa da regulamentação desses mecanismos, com fundamento na economia comportamental, em prol da proteção ao consumidor.

---

<sup>315</sup> Os sintomas são comumente chamados de *gambling problems*.

São fartos os estudos que relacionam o consumo de *loot boxes* com sintomas típicos de quem apresenta problemas com jogos de azar. David Zendle e Paul Cairns<sup>316</sup> concluíram existir potencial relação, dos jogadores, entre o gasto com *loot boxes* e o problema dos jogos de azar: pessoas identificadas como “jogadores problemáticos”<sup>317</sup> gastam muito mais dinheiro em *loot boxes* do que jogadores não problemáticos, e isso reflete em aspectos como endividamento, dependência alcoólica e a exposição ao conteúdo de jogos de azar em redes sociais, facilitando o acesso e fomentando o vício.

No levantamento realizado por Brady e Prentice<sup>318</sup> com pessoas do sexo masculino entre 21 a 30 anos, os aumentos percebidos de excitação nos jogadores entrevistados sugerem que as microtransações podem incitar níveis problemáticos de consumo de *loot boxes*, ao passo que a baixa sensibilidade poderia explicar como a excitação de jogadores viciados não se altera. Ademais, jogadores obtiveram picos de excitação ao gastar quantias em dinheiro na expectativa potencial de receber o conteúdo desejado nas caixas. Os autores também identificaram que pessoas consideradas “jogadoras problemáticas” não demonstram excitação esperada com as *loot boxes*, tomando em conta o monitoramento dos batimentos cardíacos e a idade dos pesquisados, e se tornam menos sensíveis às recompensas<sup>319</sup>.

---

<sup>316</sup> ZENDLE, David. CAIRNS, Paul. ***loot boxes* are again linked to problem gambling: Results of a replication study**. PLoS ONE. 2019. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0206767>. Acesso em 14 jun. 2021.

<sup>317</sup> Tradução livre do termo “*problematic gamblers*”.

<sup>318</sup> BRADY, Andrew; PRENTICE, Garry. Are *loot boxes* Addictive? Analyzing Participant’s Physiological Arousal While Opening a Loot Box. 2019. Games and Culture, 16(4), 419–433.

<sup>319</sup> Os autores usam a palavra “hyposensitive”, que, embora sem tradução literal para o português, corresponde a um antônimo de hipersensível, ou seja, uma pessoa que apresenta baixa sensibilidade quando estimulada.

Griffiths<sup>320</sup>, em um dos estudos pioneiros sobre o tema, identificou que existe uma interseção entre jogos e jogos de azar, o que faz atrair jogadores e tem envolvido pessoas mais jovens em virtude da familiaridade com a tecnologia. Delfabbro, King, Lambos e Puglies<sup>321</sup> apontaram que aqueles que jogam com mais frequência, principalmente os do sexo masculino, têm predisposição a se envolver em jogos de azar. a se engajar em atividades de jogos de azar. Zendle, Meyer, and Over<sup>322</sup> verificaram que jogadores adolescentes que gastam dinheiro com *loot boxes* possuem mais probabilidade em apresentar problemas comportamentais relacionados ao vício<sup>323</sup>.

Barton *et al*<sup>324</sup>, em um dedicado trabalho sistemático de revisão de literatura em 51 trabalhos publicados entre 1991 a 2015, verificaram que os jogadores de caça-níqueis e outras formas de jogos eletrônicos de azar, mesmo diante das perdas acidentais ou perdas disfarçadas de vitória<sup>325</sup>, apresentaram elevado valor à vitória. Em outros termos, os pesquisadores concluíram que o “ganhar” não é a única forma pela qual os jogadores se entusiasmam com o jogo ou com o consumo de itens de jogos de azar eletrônicos.

---

<sup>320</sup> GRIFFITHS, M. D. **Adolescent gambling**. 1995. Routledge

<sup>321</sup> DELFABBRO, P.; KING, Daniel; LAMBOS, C.; PUGLIES, S. 2009. **Is video-game playing a risk factor for pathological gambling in Australian adolescents?** Journal of Gambling Studies, 25, 391–405.

<sup>322</sup> ZENDLE, David; MEYER, Rachel; OVER, Harriet. **Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivation for purchase**. 2019. Royal Society Open Science. Disponível em: <https://royalsocietypublishing.org/doi/pdf/10.1098/rsos.190049>. Acesso em 14 jul. 20121.

<sup>323</sup> Tradução livre de “*problem gambling behaviour*”.

<sup>324</sup> BARTON, K. R.; YAZDANI, Y.; AYER, N.; KALVAPALLE, S.; BROWN, S.; STAPLETON, J.; BROWN, D. G.; HARRIGAN, K. A. 2017. **The effect of losses disguised as wins and near misses in electronic gaming machines: A systematic review**. Journal of Gambling Studies, 33, 1241–1260.

<sup>325</sup> Os autores usam “*near misses and losses disguised as wins*”. “*Near misses*” (quase-acidentes, na tradução literal) se refere a situações em que um acontecimento acidental causa interferência em outro completamente distinto, daí optei por traduzir por “perdas acidentais”, na falta de termo melhor. Escolhi traduzir “*losses disguised as wins*” por perdas disfarçadas de vitória, considerando situações em jogos de azar as quais, embora possa haver uma recompensa, houve, previamente, uma desproporcional perda em dinheiro.

Xiao<sup>326</sup>, apontou que na categoria “incorporado-isolado”, de acordo com a tabela de Nielsen e Grabarczyk<sup>327</sup>, há uma relação de jogo de azar entre o jogador que arrisca perder dinheiro pela chance de obter as melhores recompensas a um baixo custo, e a empresa que arrisca fornecer itens raros ao jogador em vez de vendê-los diretamente por um preço alto.

O mesmo autor, em outro trabalho<sup>328</sup> apresentou detia análise das categorias da tabela de Nielsen e Grabarczyk e concluiu, por fim, que apenas o sistema “isolado-isolado” não apresenta uma relação direta com jogo de azar, tomando por consideração a legislação britânica de jogos de azar e estudos de psicologia. Contudo, o autor reconheceu que, nesse tipo de microtransação, o comportamento de vício em jogos é estimulado fazendo com que a aposta seja algo regular, lúdico e sem risco de danos. Segundo Xiao, os jogadores experimentam a experiência da excitação e podem se sentir motivados a procurar outros tipos de microtransação em busca da mesma sensação, e a aparente ausência de risco pode, inclusive, atrair pessoas mais vulneráveis, como crianças<sup>329</sup>. Há, assim, risco aos consumidores nessa modalidade, ainda que baixo, de modo que uma proposta de regulação deve abranger medidas para todas as modalidades listadas.

O Instituto de Tecnologia & Sociedade do Rio (ITS Rio) junto com o Instituto Alana produziram um relatório a partir de um *workshop* realizado em meados de 2021<sup>330</sup>. O documento foi criado com o intuito de auxiliar os participantes na compreensão da proteção de dados de crianças e adolescentes no ambiente digital e teve como um dos pontos debatidos os jogos de azar voltados para o público infantil. O relatório do ITS Rio e Alana<sup>331</sup> apontou que:

---

<sup>326</sup> XIAO, L. Y. (2020a). Conceptualising the loot box transaction as a gamble between the purchasing player and the video game company. *International Journal of Mental Health and Addiction*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00328-7>.

<sup>327</sup> NIELSEN, Rune Kristian Lundedal; Grabarczyk, Paweł. *Are loot boxes Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games*. DIGRA - Digital Games Research Association. 2019. Disponível em: <http://todigra.org/index.php/todigra/article/view/104>. Acesso em: 21 ago. 2021.

<sup>328</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of *loot boxes* Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *In: International Journal of Mental Health and Addiction* (2022). P. 441.

<sup>329</sup> O autor cita o jogo Yoshi’s Crafted World (Good-Feel, 2019), que é indicado para crianças a partir de 3 anos, de acordo com a classificação PEGI.

<sup>330</sup> Instituto de Tecnologia & Sociedade do Rio (ITS Rio); Instituto Alana. **Proteção de Crianças e Adolescentes em Ambiente Digital**. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2021/12/relatorio-workshop-its-alana.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>331</sup> Instituto de Tecnologia & Sociedade do Rio (ITS Rio); Instituto Alana. **Proteção de Crianças e Adolescentes em Ambiente Digital**. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2021/12/relatorio-workshop-its-alana.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2022.

No que tange aos esquemas de apostas, destacou-se que podem dar margem a comportamentos de especulação, apresentando às crianças um esquema de competências ilusórias de que um dia se tornarão jogadores bem sucedidos. Tal preocupação aponta para o fato de que o jogo pode ser predatório e influenciador negativo da vontade competitiva.

[...]

As consequências para as crianças e adolescentes podem ser extremamente negativas, porque quando o público infantil está desde cedo envolvido nessas situações que oferecem a sensação de obter um lucro majorativo de maneira fácil e com um certo grau de aleatoriedade, há uma chance de naturalização da atividade, ou seja, os jovens ficam tão acostumados a esses esquemas que o consideram normal, como algo do dia a dia.

O relatório concluiu pela proibição das *loot boxes* em jogos *online* infantis, independentemente da analogia com jogos de azar. O documento, contudo, não definiu o que poderia ser entendido por jogo *online* infantil, o que é pouco esclarecedor uma vez que, tomando por referência a classificação indicativa de jogos em que foram identificados mecanismos aleatórios de recompensa, poucos deles são indicados para indivíduos menores de treze anos de idade<sup>332</sup>.

Como se vê, o problema identificado nessa pesquisa demanda uma solução que vai além do mero fornecimento de informação acerca do conteúdo e probabilidade dos itens que podem conter nas *loot boxes*. A questão envolve, também, atos preliminares ao próprio consumo os quais precisam ser melhor compreendidos para fins regulatórios.

Hing *et al*<sup>333 334</sup> revisaram cerca de dezesseis estudos que corroboram a relação entre *loot boxes* e jogos de azar, posto que envolve o risco com dinheiro em uma chance baseada numa recompensa de valor incerto. Buscando superar um problema identificado nos estudos anteriores que, segundo os autores, foram transversais e não identificaram causalidades entre a compra de *loot boxes* e jogos de azar, concluíram que as compras com *loot boxes* são significativa e positivamente associadas com os gastos em jogos de azar, indicando uma convergência no comportamento de adolescentes que gastam com ambos.

---

<sup>332</sup> Esse mínimo etário legal segue o entendimento do COPPA.

<sup>333</sup> Existem, desde 2019, relevantes estudos buscando entender a relação de *loot boxes*, jogos de azar e distúrbios relativos ao vício em jogos. Dos utilizados neste trabalho, o estudo citado é o mais atual e traz informações importantes sobre o acesso de menores de idade a jogos de azar. São dados difíceis de serem obtidos e até o fechamento desta pesquisa, não foi possível encontrar estudo semelhante com adolescentes brasileiros.

<sup>334</sup> HING, Nerilee; ROCKLOFF, Matthew; RUSSEL, Alex M.; BROWNE, Matthew; NEWALL, Philip; GREER, Nancy; KING, Daniel L.; THORNE, Hannah. **Loot box purchasing is linked to problem gambling in adolescents when controlling for monetary gambling participation**. Journal of Behavioral Addictions. Abril 2022.

Apesar disso, Hing *et al* identificaram que as *loot boxes* estão aumentando os sintomas nos consumidores, idênticos aos verificados nos jogos de azar, e que esses sistemas possuem predisposição em atrair mais os jogadores vulneráveis. Quais seriam os sintomas identificados? Hing *et al*<sup>335</sup> apontaram, na revisão de literatura, sintomas semelhantes aos de jogos de azar como a excitação, as respostas por recompensas e o impulso em continuar a atividade de modo a desencadear num consumo problemático. Uma vez identificado que os maiores gastos com as caixas estão associados aos problemas de azar, a maior parte dos lucros é derivada de jogadores considerados “alto risco” (em relação à predisposição em apresentar problemas).

Por exemplo, David Zendle<sup>336</sup> investigou hábitos de jogadores *online*, os tipos de *loot boxes* que eles encontram nos jogos que consomem, bem como um questionário sobre hábitos problemáticos de jogo. A conclusão do estudo foi que, independentemente de como as *loot boxes* são implementadas, se o consumidor paga por elas, passa a existir uma relação com níveis de problemas de jogo. Ao todo, segundo o autor, cerca de 9% da variação nesses níveis poderia ser contabilizada por comportamentos de compra. Esse efeito tornou-se mais forte ou mais fraco dependendo das especificidades do mecanismo: por exemplo, a associação se mostrou mais forte em alguns jogos usam uma estratégia de "quase perda" (semelhante à vista em máquinas caça-níqueis), em que os jogadores são informados daquilo que poderiam ter ganhado, caso não tivessem perdido. Por outro lado, a relação foi mais fraca em jogos que ofereciam vantagens cosméticas (como roupas e acessórios de personagens), o que não parece ser uma importante vantagem para os jogadores.

O levantamento dos estudos apontando o vício em jogos eletrônicos tem por intuito reforçar os argumentos em prol da regulamentação, posto existirem inúmeras evidências que apontam para o problema independentemente das questões de idade, gênero ou classe social. Além da assimetria informacional que permeia as microtransações com *loot boxes*, o aspecto comportamental, verificado em jogadores de diversas partes do mundo, chama a atenção para medidas de órgãos que tutelam o bem estar e a saúde do consumidor.

---

<sup>335</sup> HING, Nerilee; ROCKLOFF, Matthew; RUSSEL, Alex M.; BROWNE, Matthew; NEWALL, Philip; GREER, Nancy; KING, Daniel L.; THORNE, Hannah. **Loot box purchasing is linked to problem gambling in adolescents when controlling for monetary gambling participation.** Journal of Behavioral Addictions. Abril 2022.

<sup>336</sup> ZENDLE, David; CAIRNS, Paul. **Paying for loot boxes is linked to problem gambling, regardless of specific features such as cash-out and pay-to-win.** 2020. Computers in Human Behavior.



## 5. Os caminhos para a regulação das *loot boxes*

A relação humana pode ser estudada a partir de uma análise dos fatos sociais, de aspectos éticos ou, ainda, de uma análise jurídica. A valoração jurídica das relações humanas considera os comportamentos intercomplementares dos indivíduos para então atribuir-lhes juridicidade.

O Prof. João Bosco Leopoldino da Fonseca<sup>337</sup> ensina que o Direito é contextual, reflexo do pensamento da classe dominante de uma época e lugar. Segundo o professor, ao se deparar com o fenômeno econômico numa sociedade, o Direito deve, por meio das normas jurídicas, direcionar a economia e criar o embasamento adequado para o pleno desenvolvimento dos fatores da atividade econômica, tais como a produção, a circulação, a repartição e o consumo, adequando-se aos modelos micro e macroeconômico.

A regulação jurídica, por meio do Estado, é um dos instrumentos pelos quais a regulação econômica se operacionaliza. Assim, Leonardo Vizeu Figueiredo<sup>338</sup> apresenta um conceito de regulação dividido em dois aspectos: subjetivo e objetivo. Para o autor, regulação em sentido objetivo é:

O conjunto de atos e medidas estatais que tem por fim garantir a observância dos princípios norteadores da ordem econômica no mercado, bem como a devida e correta prestação de serviços públicos, além do incentivo e fomento para a implementação das políticas públicas respectivas para direcionamento de cada nicho da economia.

Em sentido subjetivo, regulação é:

O processo estatal de normatização, de fiscalização, de incentivo, de planejamento e de mediação da atividade econômica dos particulares, conjugando os interesses privados destes com os interesses público e coletivo envolvidos no ciclo econômico do respectivo mercado.

---

<sup>337</sup> LEOPOLDINO DA FONSECA, João Bosco. *Direito Econômico*. 9. ed. rev., atual., e ampl. – Rio de Janeiro: Forense, 2017. Recurso Digital.

<sup>338</sup> FIGUEIREDO, Leonardo Vizeu. *Direito Econômico*. Editora Forense; 11ª edição. 2021.

Qual é, porém, a necessidade de regulação de determinadas condutas? Essa medida se torna necessária quando o mercado não consegue, de maneira eficaz, dar soluções aos problemas que cria, o que justifica a intervenção do Estado para adotar medidas e retomar o equilíbrio esperado. Isso porque ao pensar em regulação, deve-se refletir em condutas que não convirjam com práticas draconianas levando à supressão do processo competitivo e afastando agentes econômicos.

Por que regular as microtransações, sobretudo as *loot boxes*? A resposta pode ser dada pelo Direito Econômico.

De acordo com Souza<sup>339</sup>, regulação e regulamentação são institutos distintos. Embora partam da expressão *regulation*, regulação estaria relacionada a predominâncias mais liberais partindo de uma tendência pelo Estado mínimo, enquanto regulamentação, mais comprometida com técnicas intervencionistas menos acentuadas, aproximando-se do Estado regulamentador.

Para Fonseca, a norma jurídica deve garantir a segurança nas relações jurídicas, deve considerar como ponto de partida a realidade econômica e a sua inerente mutabilidade e deve ser instrumento propulsor da realidade criando uma nova sociedade. Deve ainda buscar o equilíbrio econômico na sua aplicação, observando as alterações na realidade econômica, deve nortear-se pela eficiência e economicidade, ser pragmática levando em consideração a realidade vivida, respeitar o princípio da dignidade humana e focar na eliminação de atos economicamente lesivos. De acordo com o autor, quando o Estado busca dirigir a atividade econômica e atingir os seus fins sociais, coloca em primeiro plano a vantagem coletiva para satisfazer as necessidades dos indivíduos utilizando a menor quantidade possível de esforço e sacrifício.

---

<sup>339</sup> SOUZA, Washington Peluso Albino de. Primeiras linhas de direito econômico. 5 ed. São Paulo: LTr: 2003. P. 316.

A regulação, no Brasil, encontra limite na Constituição Federal e deve ser exercida dentro dos limites do poder normativo. Hoje ela precede um período de desregulamentação que sofreu mudança diante da necessidade de preservar a concorrência sadia entre os operadores econômicos e a proteção do consumidor, tanto sob uma perspectiva micro quanto macro jurídica. Deve, portanto, partir inicialmente de uma compreensão do Estado dos fenômenos jurídico e econômico que se amolda à realidade para então propor a edição de normas destinadas a moldar a concretização do fenômeno econômico<sup>340</sup>.

Lembra Eros Grau<sup>341</sup> que a boa-fé objetiva não está orientada pela busca de justiça social, mas sim do melhor funcionamento do mercado por reforçar a confiança dos agentes econômicos que nele atuam. No sistema capitalista, a boa fé “incentiva a fluência das relações de mercado”. Dessa forma, o Direito segue exercendo seu duplo papel na regulamentação. Por um lado, viabiliza, por meio das políticas, o fluxo das relações segundo as regras de mercado e, por outro, atribui ao Estado a função de terceiro “árbitro” dessas relações de mercado, interferindo no dinamismo dos contratos ao estabelecer requisitos para o exercício de uma faculdade.

As microtransações realizadas dentro dos jogos eletrônicos podem, sob um primeiro olhar, dizer respeito apenas ao plano interindividual dentro de uma relação contratual. Todavia, a questão ocupa dimensões macroeconômicas por estar intrinsecamente relacionada a uma parte significativa receita do mercado de jogos eletrônicos, por poder criar uma relação de dependência e de consumo problemático, por se aproximar de jogos de azar, por levantar controvérsias sobre a publicidade e sobre a forma com que afeta indivíduos de diferentes faixas etárias.

---

<sup>340</sup> LEOPOLDINO DA FONSECA, João Bosco. Direito Econômico. 9. ed. rev., atual., e ampl. – Rio de Janeiro: Forense, 2017. Recurso Digital.

<sup>341</sup> GRAU, Eros Roberto; FORGIONI, Paula. O Estado, a empresa e o contrato. Malheiros Editores Ltda. 2012. São Paulo. P. 22-23.

## **5.1. Status regulatório dos jogos de azar no Brasil**

A literatura acadêmica, em sua maioria, concluiu que as microtransações realizadas dentro dos jogos eletrônicos, especificamente as *loot boxes*, são uma forma de jogo de azar e em razão disso os países deveriam se empenhar na regulamentação, protegendo o jogador e evitando práticas predatórias nesse mercado. No Brasil, em que pese campanhas constantes de grupos específicos, o debate acerca da permissão de jogos de azar foi reacendido. É o que será abordado a seguir.

### **5.1.1. A proibição de jogos de azar no Brasil**

O Brasil não possui, em termos legais, histórico de permissividade com os jogos de azar. A par da falta de regulamentação da atividade, a Lei das Contravenções Penais, Decreto-lei n. 2.980/43 proibiu, no art. 50, estabelecer ou explorar jogo de azar em local público ou acessível ao público, penalizando inclusive quem for encontrado participando do jogo, seja por meio de intermediário, presencialmente ou, de acordo com a modificação de 2015, pela internet. A pena prevista, além de prisão simples e multa, é a possibilidade de estender os efeitos da condenação à perda de bens móveis e objetos decorativos do local em que a prática for verificada. O citado artigo cuidou de definir jogo de azar como:

- a) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;
- b) as apostas sobre corrida de cavalos fora de hipódromo ou de local onde sejam autorizadas;
- c) as apostas sobre qualquer outra competição esportiva.

Esse rol é relevante pois as características de cada inciso citado possuem correspondência com jogos eletrônicos que são comercializados em várias plataformas no país. Ademais, não considera como elemento de jogo de azar o fator dinheiro, o que facilita a associação dos jogos de azar com as *loot boxes*. Jogos de baralho produzidos pela *Gazeus Games*<sup>342</sup>, por exemplo, não exigem apostas e dependem da “sorte”, na falta de nome melhor para atribuir à processamento de dados e algoritmos que podem ou não terem sido desenvolvidos para gerar resultados aleatórios.

O jogo do bicho, criado no país em 1892<sup>343</sup>, foi proibido no art. 56 do mesmo diploma, com sanção de prisão simples e multa. Apesar da vedação, é uma prática altamente rentável no país, que movimenta, junto com outros jogos ilegais, cerca de 27 bilhões de reais por ano, superando as loterias autorizadas que geram R\$ 17,1 bilhões<sup>344</sup>.

Além disso, o Decreto-Lei 9.215/46 revogou os Decretos-Lei n. 5.089/42<sup>345</sup>, n. 5.192/43 e n. 241/38, que dispunham sobre o imposto de licença para funcionamento de cassinos. Ainda, declarou como nulas e sem efeito todas as licenças, autorizações e concessões para a realização dessa atividade.

Por outro turno, o serviço lotérico, com claros elementos atribuídos à definição legal de jogo de azar, foi reconhecido como serviço público anos antes. Isso demonstra que o critério adotado pelo Estado se aproxima mais de uma questão de controle do que da nocividade prática em si.

---

<sup>342</sup> Gazeus Games, desenvolvedora sediada no Rio de Janeiro, possui jogos os quais denomina como “aplicativos de jogatina”, jogados de dispositivos móveis ou do próprio computador, e no catálogo podemos encontrar Poker, Tranca, Buraco, Truco, Paciência, Canastra e Dominó. GAZEUS GAMES. Disponível em: <https://www.gazeus.com/pt/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>343</sup> A origem histórica do jogo do bicho é tratada no artigo de Danilo Freire. Segundo o autor, o jogo surgiu em 1982 quando o Barão João Batista Drummond criou uma rifa para atrair visitantes a seu zoológico na zona norte do Rio de Janeiro. O barão selecionava um animal de uma lista com 25 deles, colocava a imagem do animal em uma caixa na porta do zoológico e vendia os tíquetes de entrada, entregando aos apostadores tíquetes com a estampa de um dos 25 animais da lista. No final do dia o barão abria a caixa e revelava a figura, entregando ao vencedor o valor correspondente a 20 vezes a entrada do zoológico. FREIRE, Danilo. Beasts of Prey or Rational Animals? Private Governance in Brazil's Jogo do Bicho. SocArXiv. 2019. Disponível em: <https://osf.io/preprints/socarxiv/se2jr>. Acesso em: 01 mar. 2022.

<sup>344</sup> TEÓFILO, Sarah. Entenda o projeto para liberar jogos de azar em avaliação na Câmara. 17/01/22. R7. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/entenda-o-projeto-para-liberar-jogos-de-azar-em-avaliacao-na-camara-17012022>. Acesso em: 01 mar. 2022.

<sup>345</sup> Um fato curioso sobre esse decreto é que a proibição da exploração de jogos de azar é pautada pela proteção à moral e aos bons costumes, aos povos cultos e à moral religiosa.

### 5.1.2. As propostas para regulamentação dos jogos de azar

Tramitam atualmente no Congresso Nacional dois principais projetos de lei sobre o tema, Projeto de Lei 442/91, iniciado na Câmara dos Deputados, e Projeto de Lei 186/14, no Senado, além de vários outros que foram apensados a esses dois<sup>346</sup>. Grande parte dos projetos chamam a atenção por demonstrar interesse em traçar, ainda que superficialmente, o que podem ser considerados jogos eletrônicos. Outro ponto comum dos projetos é que apenas uma pequena parcela deles emprega expressamente o termo “jogo de azar” ou “jogos de fortuna”, como os PL 6.020/09, 3.096/15 e 530/19, ainda que discriminem conduta similar àquela típica prevista como contravenção penal.

Todos os projetos de lei listados propõem a regular a prática de jogos de azar no país, seja dos jogos em geral, de jogos do bicho ou apenas de cassinos, e boa parte deles considera expressamente, para todos os fins, que jogos “de azar” podem ser realizados virtualmente. A controvérsia surge quando a proposta legislativa tenta seguir o caminho oposto: definir jogos eletrônicos num aspecto geral de onde se inclui, inclusive, jogos de azar, ou colocá-los como sinônimos, reunindo dois tipos de bens em uma categoria única e contrariando o tratamento distinto que o próprio mercado tem dado.

Tendo em vista o escopo dessa pesquisa, será feita uma análise mais detida do projeto principal recentemente aprovado pela Câmara dos Deputados, passando por alguns dos outros projetos em trâmite. Após, serão trazidas outras características do projeto em vias de aprovação.

O mais antigo deles, o Projeto de Lei 442/91, dispõe sobre a legalização do jogo do bicho no país e, após uma pausa de quase cinco anos, foi retomado e aprovado na Câmara dos Deputados em 24/02/2022<sup>347</sup>. Ainda estão em trâmite, juntos com esse projeto e ao Projeto de Lei 186/14, projetos propostos entre 1991 e 2020 que buscam disciplinar o tema tratando, em sua maioria, da legalização de jogos de azar, “jogo do bicho”, cassinos, cassinos em resorts, competência dos entes, requisitos da pessoa jurídica e regimes de tributação.

---

<sup>346</sup> A relação dos projetos de lei apresentados encontra-se no [Anexo I](#).

<sup>347</sup> CÂMARA DOS DEPUTADOS. Plenário conclui votação do projeto que legaliza jogos de azar; veja como ficou o texto. 24/02/22. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/854027-plenario-conclui-votacao-do-projeto-que-legaliza-jogos-de-azar-veja-como-ficou-o-texto/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

O Projeto de Lei 442/91, na sua redação mais recente, elenca no art. 2º um rol de dezoito definições que deverão ser empregadas para os fins legais. Dentre eles:

I – jogo: atividade ou procedimento baseado em sistema de regras previamente definidas, no qual um ou mais jogadores, mediante o pagamento ou promessa de pagamento de quantia estipulada e o uso de estratégias ou alternativas, buscam obter vantagem ou prêmio específicos;

III – jogo de chance: classe ou tipo de jogo no qual o resultado é determinado exclusiva ou predominantemente pelo desfecho de evento futuro aleatório definido no sistema de regras;

VI – jogo de cassino: todo e qualquer jogo de chance ou de habilidade praticado em cassino mediante aposta em roleta, carta, dado, máquinas de jogo e aposta ou em sistema e dispositivo eletrônico que emula ou reproduz sua dinâmica de funcionamento;

VII – jogo de bingo: espécie de jogo de chance baseada em sorteio de números na qual os jogadores concorrem em sucessivas extrações até que atinjam um objetivo previamente determinado;

XVI - jogo do bicho: espécie de jogo de chance baseada em sorteio de números na qual os jogadores concorrem mediante a prévia indicação de algarismos específicos que estão associados ou são alusivos a animais;

XVIII – jogo de habilidades mentais: jogo em que o resultado é determinado majoritária ou principalmente por habilidades mentais daquele que deles participa, como destreza, perícia, inteligência, capacitação e domínio de conhecimentos, ainda que haja eventos aleatórios não prevalentes.

Na definição de jogo, embora mencione a existência de regras que é ponto comum de qualquer definição acadêmica, o projeto de lei traz o elemento “pagamento ou promessa de pagamento de quantia”, que é peculiar apenas de uma parte dos jogos em geral, ainda que não restrita aos jogos de azar. Basta pensar que por “quantia estipulada” não houve cuidado em estabelecer e restringir a valores na moeda corrente, por exemplo, de modo que pode abranger qualquer ganho com e em decorrência do jogo, ainda que essa vantagem seja valorada apenas dentro do espaço-tempo do jogo. O Projeto de Lei 442/91 não propõe nenhuma definição de jogo eletrônico e busca delimitar precisamente as diferenças entre os jogos de azar, como forma de eventualmente conferir tratamento legal diferenciado a algum deles.

A noção de jogo de chance se assemelha diretamente aos jogos *Alea* de Caillois, trazidos no primeiro capítulo deste trabalho. Da mesma forma, na conceituação dos demais jogos citados há intrinsecamente a aleatoriedade, muito embora se recorra ao jogo de palavras e a distinção de nomes (jogo do bicho, jogo de bingo, etc.). Os jogos de habilidades mentais podem se enquadrar nas demais categorias de Caillois, como *Âgon*, *Mimicry* e *Llinox*, vez que o uso de habilidades em si não é fator distintivo, mas fim a forma com que os jogos são executados.

Ainda sobre os jogos mentais no Projeto de Lei 442/91, a proposta é que sejam regulamentados pelo Ministério da Economia (art. 2º, parágrafo segundo) não configuraram jogos ou apostas os sorteios realizados por exploradores ou organizadores exclusivamente de jogos de habilidades mentais (art. 2º, parágrafo primeiro, inciso III). O Projeto de Lei 4.495/20<sup>348</sup> define jogos de cassino da seguinte forma:

Art. 3º. § 1º Os jogos de cassino são aqueles em que o ganho e a perda dependam exclusiva ou principalmente de evento futuro aleatório e que são jogados exclusivamente nos espaços indicados no caput deste artigo, por dinheiro, com cartas, dados, equipamentos ou qualquer dispositivo ou máquinas, nos termos desta Lei, e que sejam aprovados pelo órgão do Poder Executivo federal, na forma do regulamento, incluindo as respectivas regras e modalidades de cada jogo.

Embora a redação do artigo tenha claramente restringido para jogos realizados nos espaços físicos do cassino, os elementos de aleatoriedade de jogo e o uso de dinheiro para acesso são familiares às *loot boxes*.

O Projeto de Lei 2.903/2015 apresenta uma confusa distinção entre jogos eletrônicos e jogos *on-line*, além da conceituação restritiva. Assim propõe que, para fins legais:

II – jogos eletrônicos: formas de mídia que utilizam programas de processamentos de dados (software) e envolvem um jogador interagindo com máquina e programas específicos devidamente homologados por entidades nacional ou internacional credenciadas pelo CNCJ;  
VII – jogos *on-line*: os jogos de fortuna, apostas hípcas e apostas esportivas quando praticados à distância através de suportes eletrônicos, informáticos, telemáticos e interativos, ou de quaisquer outros meios a eles assemelhados.

O Projeto de Lei 186/14, iniciado no Senado Federal, qualifica qualquer jogo eletrônico como jogo de azar. Ainda, adota uma definição superficial para os jogos eletrônicos:

Art. 4º Para os fins desta Lei, adotam-se as seguintes definições:  
V – jogos eletrônicos: formas de mídia que utilizam plataforma eletrônica especializada e envolve um jogador interagindo com uma máquina.

---

<sup>348</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 4.495/20, de 08 de setembro de 2020. Dispõe sobre a expansão do turismo no País através da implantação de resorts integrados em todo o território nacional. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/144605>. Acesso em: 28 fev. 2022.



Tomando por referência a revisão de literatura sobre a definição de jogos eletrônicos e a conceituação elaborada neste trabalho, o elemento de interconectividade é característica quase que elementar dos jogos eletrônicos atuais. Limitar jogos *on-line* apenas a jogos de azar pode impactar negativamente todo o conjunto de bens produzidos e comercializados que não se enquadram no conceito proposto.

As definições trazidas são insuficientes para os tempos atuais. Além de propor a criação de um órgão governamental que irá homologar os programas a serem usados nos jogos eletrônicos desenvolvidos ou comercializados no país – esse aspecto não é claro – há ainda uma equivocada concepção de jogos *on-line*, diferentemente do contexto que o próprio mercado já emprega a alguns anos.

Nos projetos de lei analisados, com exceção do Projeto de Lei 442/91, não há grande preocupação em disciplinar a questão da capacidade civil e da vulnerabilidade de crianças, adolescentes<sup>349</sup> e idosos para acesso a jogos eletrônicos, onde se insere, segundo os projetos, os jogos de azar. O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), uma lei de 1990, no art. 80, proíbe a entrada de menores de idade em estabelecimentos que explorem comercialmente bilhar, sinuca ou casas de jogos. O art. 81 proíbe a venda ao menor de idade, de bilhetes lotéricos e equivalentes. O Estatuto do Idoso (Lei 10.741/2003) e o Estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei 13.146/2015) partem do pressuposto da vulnerabilidade desses sujeitos, mas nada disciplinam sobre a proteção dessas partes em relação à prática de jogos de azar.

Quando há a discussão sobre se determinado tema deve ou não ser objeto de regulação, busca-se discutir também a intervenção do Estado a fim de regular desequilíbrios de mercado, além de promover o desenvolvimento econômico e social em busca do bem estar. Muitos dos projetos em trâmite perante o Congresso Nacional possuem essa justificativa com respaldo na liberdade econômica assegurada pela Constituição Federal.

---

<sup>349</sup> O art. 3º determina que é absolutamente incapaz para qualquer ato da vida civil o menor de 16 anos, e o art. 4º dispõe que são relativamente incapazes, ou seja, podem praticar atos desde que acompanhados de um responsável, os maiores de 16 e menores de 18 anos, os viciados em tóxicos, os ébrios habituais, os pródigos e os que, por causa transitória ou permanente, não puderem exprimir a sua vontade. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm).

O Projeto de Lei 442/91 prevê especificamente circunstâncias para intervenção do poder público, sobretudo para adotar políticas e ações de prevenção e tratamento de transtornos de comportamento em decorrência do contato com jogos e apostas, para proteger pessoas vulneráveis contra os malefícios dos jogos e apostas e para proteger jogadores de práticas abusivas nos termos do Código de Defesa do Consumidor<sup>350</sup>. São medidas que foram agregadas ao projeto por meio de emendas e que buscam sensibilizar a proposta legislativa agregando preocupação social a uma matéria controversa em termos de ganhos reais à sociedade. Os reais efeitos dessa aprovação, se ela vier de fato ocorrer, serão percebidos apenas com o tempo.

### **5.1.3. A regulamentação das loterias**

A proibição de loterias no país decorre da Lei das Contravenções Penais, art. 51, o qual tipifica a conduta de promover ou extrair loteria sem autorização legal. O parágrafo segundo do art. 51 considera loteria “toda operação que, mediante a distribuição de bilhete, listas, cupões, vales, sinais, símbolos ou meios análogos, faz depender de sorteio a obtenção de prêmio em dinheiro ou bens de outra natureza”.

A exploração de loterias é conduta típica de acordo com a lei brasileira, a não ser que a hipótese incida em alguma regra jurídica de isenção a qual, segundo Grau e Forgioni<sup>351</sup>, retira a atividade do universo da ilicitude. No caso, aplica-se o disposto no art. 1º do Decreto-lei n. 204/67, o qual permite a exploração de loterias dentro dos termos da lei e com derrogação excepcional da lei penal, constituindo-a como serviço público exclusivo da União.

Assim a atividade de exploração de loterias passa a ser excepcionalmente admitida pela lei desde que empreendida pelo Estado, migrando assim da ilicitude para o contexto dos serviços públicos e se afastando, por outro turno, da mercancia. Se a atividade fosse delegada ao particular, as conotações jurídicas seriam outras.

---

<sup>350</sup> Artigo 4º, incisos VI, VII e VIII do PL 442/91, na versão alterada e atualizada até 24/02/2022.

<sup>351</sup> GRAU, Eros Roberto; FORGIONI, Paula. O Estado, a empresa e o contrato. Malheiros Editores Ltda. 2012. São Paulo. P. 127.

Há discussão a respeito do que pode ser considerado ou não serviço público e Grau e Forgioni organizam em duas correntes: uma que defende a concepção subjetivista e voluntarista do direito a qual defende que serviço público será aquilo definido pelo legislador, e a segunda corrente, no sentido que serviço público é todo serviço essencial à sociedade prestado pelo Estado. Os autores se filiam à segunda corrente justificando que o serviço público é “atividade indispensável à coesão social”<sup>352</sup>. É nisso que eles justificam as loterias serem exercidas enquanto serviço público, pois apontam que houve atendimento justificável ao interesse social, na medida em que parte considerável do produto de sua exploração é receita pública.

De outra banda - e não apenas no Brasil - o jogo é tido como nocivo à sociedade, razão pela qual deve estar sujeito a *controle* estatal. Não cabe, no espaço deste parecer, debatermos aspectos éticos relacionados à conveniência da liberalização do jogo no País. Independentemente de qualquer posição que se adote a tal respeito, o fato é que o jogo, mercê de sua potencial perniciosidade social, *deve ser fiscalizado e controlado pelo Poder Público*. E é sabido também que a sua proibição absoluta finda por incentivar seu exercício ilícito, realizado fora do alcance do Estado.

Nosso ordenamento jurídico, em razão dos efeitos deletérios gerados pela indiscriminada disseminação do jogo, fez da atividade de exploração de loterias um *privilégio do Poder Público*, destinando parte de suas rendas ao custeio da seguridade social e a outras despesas necessárias à promoção da coesão social<sup>353</sup>.

A atividade lotérica é exercida no Brasil, delegada através de permissão do Poder Público, pela Caixa Econômica Federal. A permissão, de acordo com a Lei 8.987/95, é conferida a título precário mediante licitação, da prestação de serviços públicos, e é formalizada via contrato de adesão. Não há domínio de mercado pois se trata de atividade exercida a partir de uma atribuição legal de exploração em caráter de exclusividade (Decreto Lei 759/69).

---

<sup>352</sup> GRAU, Eros Roberto; FORGIONI, Paula. O Estado, a empresa e o contrato. Malheiros Editores Ltda. 2012. São Paulo. P. 134.

<sup>353</sup> GRAU, Eros Roberto; FORGIONI, Paula. O Estado, a empresa e o contrato. Malheiros Editores Ltda. 2012. São Paulo. P. 136.

O panorama apresentado mostra que a legislação brasileira optou por elencar a proibição de determinados jogos de azar, mantendo um deles sob o domínio exclusivo da União. Não se trata, portanto, de medida em vistas à proteção das pessoas que têm contato com esses jogos, já que houve derrogação da prática passando-a para controle estatal federal sem qualquer criação de política pública para tutelar aqueles eventualmente afetados pela prática. Todavia, a regulamentação das loterias sob o controle estatal é um modelo de legalização que serve como referência para a proposta de regulamentação das microtransações, as quais transitam entre relação de consumo e jogos de azar.

#### **5.1.4. Apostas virtuais**

Tem se popularizado diversos sites especializados em apostas online, ambiente em que as pessoas realizam apostas em dinheiro real e recebem o prêmio em dinheiro real. É, por natureza, um jogo de azar que relega a vitória ou a derrota ao acaso.

A atividade é realizada no Brasil desde a promulgação da Lei das Apostas Esportivas (Lei 13.756/2018). A lei regulamentou as loterias na modalidade apostas de quota fixa, criando um fundo específico para a destinação dos recursos da atividade.

As apostas virtuais também levantam questões sobre vício e dependência<sup>354</sup> mas, tal como ocorre com as loterias, se tornou um fato jurídico quando foi admitida dentro do ordenamento e é considerada lícita, para todos os efeitos, sem qualquer tratativa sobre a destinação de recursos para o tratamento de distúrbios ocasionados pelo contato com o jogo de azar.

---

<sup>354</sup> MAGRI, Diogo. Casas de aposta esportiva tomam o Brasil, mas movimentam seus bilhões de reais fora do país. 25/09/2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/esportes/2021-09-25/casas-de-aposta-esportiva-tomam-o-brasil-mas-movimentam-seus-bilhoes-de-reais-fora-do-pais.html#:~:text=As%20apostas%20esportivas%20s%C3%A3o%20permitidas,empresas%20que%20realizam%20apostas%20esportivas>. Acesso em: 22 abr. 2022.

## 5.2. Status regulatório das *loot boxes* no mundo

Alguns países, preocupados com essas constatações científicas em torno das *loot boxes*, adotaram medidas pensando no bem estar dos consumidores de jogos eletrônicos. A preocupação parte da relação com os jogos de azar, os quais são ou proibidos ou rigorosamente regulamentados em vários países.

De acordo com levantamento feito por Zendle e Cairns<sup>355</sup>, a Holanda e a Alemanha, em 2018, reconheceram que as *loot boxes* violavam as regras nacionais de jogos de azar e por isso, deveriam ser removidas dos jogos comercializados naqueles países. Na Austrália, por outro lado, o governo ordenou uma revisão na legislação sobre jogos de azar para verificar sua adequação aos casos atuais. No Canadá, jogos de azar são vistos como uma questão de saúde pública, dados os inúmeros reflexos negativos. Em 2016, o governo chinês, buscando mitigar o fator aleatoriedade, exigiu que desenvolvedores de jogos eletrônicos passassem a divulgar as probabilidades de percepção de itens possíveis nas *loot boxes*, prática que é exigida no país também para os cassinos<sup>356</sup>.

Por outro lado, existem países que manifestaram entendimento em sentido oposto, como a França, que entendeu não haver características de transferibilidade nas *loot boxes*. No Reino Unido, *UK Gambling Commission*, que em 2016 já havia negado a relação das caixas com jogos de azar, teve a oportunidade de esclarecer seu posicionamento neste ano, em uma audiência realizada na Casa dos Comuns, Londres/RU, em 22 de julho. Neil MacArthur, chefe executivo desta comissão, assim manifestou:

---

<sup>355</sup> ZENDLE, David. CAIRNS, Paul. ***loot boxes* are again linked to problem gambling: Results of a replication study**. PLoS ONE. 2019. Disponível em:

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0206767>. Acesso em 14 jun. 2021.

<sup>356</sup> PERKS, Matthew. **Why a conversation around loot Box regulation, responsibility, and harm needs to be happening**. A Medium Corporation. 2017. Disponível em:

[https://medium.com/@perks\\_matthew/why-a-conversation-around-loot-box-regulation-responsibility-and-harm-needs-to-be-happening-636acf0e99ba](https://medium.com/@perks_matthew/why-a-conversation-around-loot-box-regulation-responsibility-and-harm-needs-to-be-happening-636acf0e99ba). Acesso em: 14 jun. 2021.

Nossa posição é que as *loot boxes* podem ser uma forma de jogo de azar, mas depende das circunstâncias exatas em que são oferecidas. A Lei dos Jogos de Azar nos diz que os jogos de azar são jogos, apostas ou loterias. Então, o *Gambling Act* nos diz que o jogo de azar consiste em jogar um jogo por um prêmio. Você certamente pode ver as circunstâncias em que uma *Loot Box* pode estar dentro dessa definição.

As coisas se tornam um pouco mais complicadas é quando se olha para a definição de “prêmio”, e o prêmio é definido como “dinheiro ou o valor do dinheiro”. [...] Isso significa que o prêmio deve ser algo que é - usando a definição do Concise Oxford Dictionary de “valor do dinheiro” - equivalente ao dinheiro. Dando um exemplo, se você pegar um chip de cassino, que é um pedaço de plástico, você pode ir para uma mesa dentro do cassino e transformar isso em dinheiro, isso é claramente o valor do dinheiro. Se você recebesse um chip em um evento gratuito de caridade e no final da noite fosse a pessoa que mais tivesse fichas, e não tivesse nenhum prêmio para isso, não valeria a pena. [...] Mas certamente há circunstâncias em que consideramos que as caixas de saque podem estar dentro da definição de jogo. (tradução livre)

A mesma comissão publicou estudo em 2019<sup>357</sup>, em que identificou dados de indivíduos entre 11 a 16 anos que tinham acesso a jogos de azar os quais investem dinheiro, seja na Loteria Nacional, seja em caça niqueis. O importante aqui é que mesmo com a proibição de acesso de jogos de azar a menores de idade, estes continuam tendo acesso. Isso chama atenção para outro ponto, trazendo para a realidade do Brasil: a falta de dados sobre menores de idade que têm contato com jogos de azar e que, sobretudo, apostam em loterias nacionais ou regionais.

Os dados apontados reforçam a necessidade da implementação de políticas envolvendo a proteção dos consumidores em jogos que possuem *loot boxes*. Sem essas medidas, as *loot boxes* podem ser consideradas potencialmente mais prejudiciais que jogos de azar online, especialmente por terem acesso facilitado a menores de idade. Organizações não governamentais também têm se posicionado nesse sentido.

---

<sup>357</sup> United Kingdom. Gambling Commission. (2019) Young people and gambling survey 2019. A research study among 11-16 year olds in Great Britain. Birmingham: Gambling Commission.

Para a ERSB<sup>358</sup>, as evidências são insuficientes para demonstrar que as *loot boxes* possuem consequências negativas para os jogadores. Essa organização, que trabalha com a classificação etária de jogos para a América do Norte, tem desde 2018 um selo específico para indicar compras dentro dos jogos e, em 2020, incluiu novo selo para identificar jogos associados a elementos aleatórios, como *loot boxes* e apostas, que deixam o jogador gastar dinheiro real sem saber o que poderão receber em troca. O selo diz “*In-Game Purchases (Includes Random Items)*”<sup>359</sup>.

No mesmo entendimento, a IGEA<sup>360</sup> comparou as *loot boxes* com as surpresas nos chocolates Kinder Ovo, isentando essas caixas de qualquer controvérsia. Muito embora o posicionamento por parte das empresas desenvolvedoras de jogos eletrônicos e algumas entidades privadas, há no meio acadêmico, um consenso relacionando as *loot boxes* aos jogos de azar e isso vem levantando alertas sobre as graves repercussões desse sistema *in-game*.

A Bélgica, por meio de uma comissão específica dedicada aos jogos<sup>361</sup>, foi pioneira ao declarar as *loot boxes* como uma forma ilegal de apostas em 2018, prevendo sanções pecuniárias e restritivas de liberdade a quem violasse as leis nacionais de jogos de azar. O país determinou que, todas as *loot boxes* vendidas como conteúdo adicional do jogo, independentemente da aleatoriedade de recompensa e transferibilidade, constituem jogo de azar<sup>362</sup>.

---

<sup>358</sup> A Entertainment Software Rating Board (ESRB) é um órgão sem fins lucrativos que analisa, decide e coloca as classificações etárias indicativas nos jogos eletrônicos comercializados na América do Norte, além de determinar regras de publicidade e privacidade no mercado de jogos eletrônicos. <http://www.esrb.org/about/>.

<sup>359</sup> ESRB. Introducing a new interactive element: In-game purchases (includes random items). 13/04/2020. Disponível em: <https://www.esrb.org/blog/in-game-purchases-includes-random-items/>. Acesso em: 12 dez. 2021.

<sup>360</sup> IGEA (Interactive Games and Entertainment Association) é uma associação independente que representa os interesses de negócios e políticas públicas, na área de computadores e videogames, de empresas da Austrália e Nova Zelândia. Mais informações: <https://igea.net/>.

<sup>361</sup> Kansspelautoriteit, (2018). Sommige *loot boxes* in strijd met kansspelwet. Retrieved May 17, 2018. Disponível em: <https://www.kansspelautoriteit.nl/nieuws/alle-nieuwsberichten/2018/april/artikel-0/>. Consulta em: 12 set. 2020.

<sup>362</sup> Belgische Kansspelcommissie 2018, p. 17

Os governos da França e da Holanda haviam chegado à conclusão semelhante, declarando o conflito das caixas com a legislação nacional de jogos de azar. O entendimento, em termos gerais, foi no sentido que, pagar por *loot boxes* com recompensas que podem ser vendidas ou compradas fora do ambiente virtual e mediante dinheiro real constitui prática de jogo de azar, de modo que as empresas envolvidas precisam obter, junto às autoridades, uma licença específica para manter a comercialização desses itens<sup>363 364</sup>.

A Autoridade Holandesa de Jogo (*de Nederlandse Kansspelautoriteit*) trouxe um entendimento diferente no início de 2022. De acordo com a lei holandesa de jogo, *Wet op de Kansspelen*, um jogo de azar deve oportunizar aos participantes ganhar prêmios, que tenham valor no mundo físico, e o vencedor é determinado pelo acaso. No caso analisado, os pacotes do jogo FIFA (*Electronic Arts*), tidos como mecanismos de recompensa aleatória, não são considerados jogos de azar porque integram um elemento de habilidade do modo *FIFA Ultimate Team*<sup>365</sup>. Embora seja muito recente, pode inspirar um precedente.

Nos casos citados, os países tomaram por referência as *loot boxes* que custam dinheiro real e cujas recompensas tem valor real fora do jogo, coincidindo com a classificação “*incorporado-incorporado*” apresentada por Nielsen e Grabarczyk<sup>366</sup>. Nesses casos, o elemento para caracterização de um jogo de azar é mais objetivo do que parece. Ou seja, a *contrario sensu*, embora as caixas possam custar dinheiro real, caso a recompensa recebida não possa ser comercializada fora do jogo e em troca de dinheiro real, deixa de ser considerada um jogo de azar.

---

<sup>363</sup> Kansspelautoriteit, (2018). Sommige *loot boxes* in strijd met kansspelwet. Retrieved May 17, 2018. Disponível em: <https://www.kansspelautoriteit.nl/nieuws/alle-nieuwsberichten/2018/april/artikel-0/>. Consulta em: 12 set. 2020.

<sup>364</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of *loot boxes* Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *In: International Journal of Mental Health and Addiction* (2022) 20:437–454. P. 439.

<sup>365</sup> OTTO, Renè. **Dutch Gambling Authority vs Electronic Arts, and the future of *loot boxes***. 25/04/2022. GameIndustry.biz. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2022-04-25-dutch-gambling-authority-vs-electronic-arts-the-end-of-loot-boxes-as-legislative-black-boxes>. Acesso em: 25 abr. 2022.

<sup>366</sup> NIELSEN, Rune Kristian Lundedal; Grabarczyk, Paweł. Are *loot boxes* Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games. DIGRA - Digital Games Research Association. 2019. Disponível em: <http://todigra.org/index.php/todigra/article/view/104>. Acesso em: 21 ago. 2021.



A China<sup>367</sup> foi pioneira ao determinar, mesmo sem considerar se as implementações de *loot boxes* poderiam ou não constituir jogo de azar, que as empresas de jogos divulgassem aos jogadores a probabilidade de se obter cada potencial recompensa por meio de métodos aleatórios de monetização. O país ainda restringiu a realização de microtransações, inclusive a venda das *loot boxes*, para crianças, impondo limite de gasto que aumenta gradualmente a partir da idade das crianças.

É uma das mais importantes medidas adotadas por um país por focar diretamente num dos maiores gatilhos para o vício, posto que a informação de probabilidade do item da recompensa pode desestimular o comportamento repetitivo, além de proteger, sem restringir, o acesso de crianças à realização de microtransações, prática comum no mundo inteiro, independentemente da proibição de acesso a jogos de azar nos termos da legislação de cada país. Ademais, essa medida não toma em consideração o debate sobre jogo de azar ou as diferentes classificações de *loot boxes* criadas por Nielsen e Grabarczyk<sup>368</sup>. Busca, essencialmente, proteger o consumidor em sentido amplo e os consumidores vulneráveis a partir do fornecimento de informação clara e limitação de acesso.

Alexandre Gomes<sup>369</sup> aponta que, embora em países estrangeiros às *loot boxes* sejam legalmente consideradas jogos de azar, dadas as características típicas desse tipo de prática, no Brasil, há uma omissão de órgãos e entidades a respeito. Na forma com que essas caixas são desenvolvidas na atualidade, se adéquam perfeitamente na definição de jogos de azar trazida na legislação nacional<sup>370</sup>:

---

<sup>367</sup> O autor se refere à China como PRC, sigla para *People's Republic of China*. Xiao, L. Y. (2020c). People's Republic of China Legal Update: The Notice on the Prevention of Online Gaming Addiction in Juveniles (Published October 25, 2019, Effective November 1, 2019). *Gaming Law Review*, 24(1), 51–53. <https://doi.org/10.1089/glr2.2019.0002>.

<sup>368</sup> Nielsen and Grabarczyk

<sup>369</sup> GOMES, Alexandre Figueiredo. **Os impactos das *loot boxes* na formação social e psicológica do consumidor infantojuvenil e a necessidade de fiscalização pelos instrumentos da política nacional**. 2018. Monografia de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal da Bahia. Salvador.

<sup>370</sup> O Decreto-lei 3.688/41 é a Lei das Contravenções Penais, que define, no art. 50, ser contravenção estabelecer ou explorar jogo de azar em local público ou acessível ao público, incorrendo na mesma pena quem for encontrado participando do jogo, ainda que via internet. Para o parágrafo terceiro desse mesmo artigo, alínea “a”, é considerado jogo de azar o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte.

A obtenção de uma recompensa ao abrir uma caixa de item depende inteiramente da sorte, o que a encaixa na definição de jogo de azar prevista no artigo 50 do decreto 3.688. Outra conclusão deste trabalho foi a de que o ordenamento não faz qualquer distinção entre os conceitos de jogo de chance e a azar; também não é necessário que exista uma expectativa de retorno financeiro para que seja definido assim.

Gomes complementa:

A problemática em torno das *loot boxes* não se resume ao fato de infringirem o comando normativo do artigo 50 do Decreto 3.688: elas possuem um caráter viciante, produto da forma como são estruturadas; seu design busca uma convergência entre mecanismos auditivos, visuais e técnicas psicológicas que manipulam as características cognitivas do indivíduo para que este se engaje mais com elas; são especialmente atraentes para as crianças e adolescentes por serem estimulantes e reduzem estados emocionais dolorosos. Uma ampla gama de estudos científicos demonstrou que a exposição do consumidor infanto-juvenil a jogos de azar está associada a diversos efeitos negativos para seu desenvolvimento social, psicológico e econômico.

Para o Brasil, essa associação pesa de forma negativa para a indústria de jogos digitais, podendo levar, inclusive, a uma eventual proibição de acesso desses produtos ou serviços, ante a ilegalidade. Isso porque os jogos de azar estavam proibidos há mais de sessenta anos, até que o PL 442/91 voltasse à tramitação.

### **5.3. A regulamentação das *loot boxes***

A assimetria informacional é considerada uma falha de mercado na medida que a falta de clareza na publicidade e oferta podem levar o consumidor a tomar decisões as quais normalmente não tomaria. Segundo Gustavo Binjenbojm<sup>371</sup>:

A falta de informações adequadas pode decorrer de diversas razões, eventualmente relacionadas à (i) ignorância sobre aspectos técnicos envolvidos, (ii) falta de experiência, (iii) capacidade individual de processamento de alguns tipos de informação ou, até mesmo, (iv) sonegação de informações por alguma das partes envolvidas com finalidade estratégica. [...]

A situação de assimetria informacional torna-se uma falha de mercado quando dificulta ou inviabiliza a escolha racional do consumidor, criando empecilhos à livre concorrência e perda de eficiência econômica. Daí a função da regulação de criar formas de facilitação e compreensão da informação, a fim de contribuir para relações econômicas mais eficientes e equitativas [...].

---

<sup>371</sup> BINENBOJM, Gustavo. Poder de polícia, ordenação, regulação: transformações político-jurídicas, econômicas e institucionais do direito administrativo ordenador. Belo Horizonte: Fórum, 2016. p. 183-184.

Reis e Gusmão alertam que<sup>372</sup>:

Em um contexto no qual o consumidor já possui um hábito de consumo nocivo, embora a informação de advertência sirva como um gatilho de acesso à consciência, essa normalmente não prevalecerá, sucumbido à deixa que deflagra o comportamento padrão inconsciente — por “deixa”, deve-se compreender algum sinal que toca os sentidos e/ou emoções do indivíduo, conduzindo-o a uma determinada conduta estabelecida em uma rotina.

Na análise dos dispositivos legais aplicáveis às *loot boxes* hoje no país, há um problema em relação à oferta que atinge a liberdade de escolha (art. 6º, III e art. 30 do Código de Defesa do Consumidor), já que o consumidor não sabe exatamente o que está adquirindo, pois não é a aquisição da caixa em si que motiva o jogador e sim, o seu conteúdo e a expectativa de, talvez – acreditando que o critério da aleatoriedade é observado - receber um item de valor. A estrutura das *loot boxes* cria uma situação de assimetria em desfavor do consumidor.

A falha de mercado identificada no consumo de *loot boxes* reside, principalmente, na falta de informações ao consumidor virtual, mas impacta o consumidor antes mesmo da relação de consumo, refletindo no seu processo de escolha, área de estudo da economia comportamental abordada mais adiante. Outros efeitos desta falha foram largamente abordados no estudo quando se tratou dos aspectos das microtransações, os problemas comportamentais relacionados ao vício e ao jogo problemático e a forma com que o consumo desses ativos afeta diferentes consumidores.

A China atenuou a falta de informações claras e objetivas fornecidas ao consumidor ao impor que as empresas que comercializam bens digitais nos jogos eletrônicos no país devem trazer, nas *loot boxes*, a taxa percentual de chances de se obter cada item dentro da caixa. Embora isso possa parecer suficiente em termos de cumprimento do dever de oferta previsto no Código de Defesa do Consumidor, há que ser levado em conta o aspecto comportamental do consumidor e sua incapacidade de tomar decisões racionais quando se está em um ambiente de risco. Por isso é importante estudar a Teoria Econômica Comportamental como forma de robustecer o argumento regulatório das *loot boxes*.

---

<sup>372</sup> REIS, Émilien Vilas Boas Reis; GUSMÃO, Leonardo Cordeiro de. Libet, determinismo e consumo: as influências do marketing e a relevância da deliberação consciente na superação condicional de hábitos de consumo perigosos. Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018. P. 633.

### 5.3.1. A Teoria Econômica Comportamental e a assimetria informacional: argumentos em prol da regulamentação das *loot boxes*

A Teoria da Racionalidade Econômica<sup>373</sup>, que predominou por um longo tempo, parte do pressuposto que todas as ações humanas fazem parte de escolhas racionais, estáveis e constantes de modo a permitir previsões seguras e confiáveis e, por consequência, regulações sólidas. Esse entendimento tem sido referência para orientar políticas públicas e entender melhor os contornos da escassez de recursos e da alocação eficiente de riquezas:

Ironicamente, a existência de modelos formais baseados nessa concepção errônea do comportamento humano é o que confere à economia sua reputação como a mais poderosa das ciências sociais, de duas maneiras distintas. A primeira é indiscutível: de todos os cientistas sociais, os economistas têm o predomínio da influência em políticas públicas. Na verdade, a economia detém um controle quase integral sobre a assessoria para políticas públicas. [...]

A segunda maneira é a intelectual, pois a economia é considerada a mais potente das ciências sociais nesse quesito. Esse poder deriva do fato de a economia ter uma teoria unificada, central, da qual provém quase todo o restante. Se você usa a expressão “teoria econômica”, as pessoas sabem a que você está se referindo<sup>374</sup>.

Segundo Thaler<sup>375</sup>, a economia tradicional tem por premissa central a ideia que as pessoas fazem suas escolhas pautadas na otimização dos resultados, escolhas essas que são motivadas por expectativas racionais. Com base nisso presumia-se que os indivíduos e, principalmente os consumidores, na condição de agentes econômicos, utilizavam crenças racionais para guiar suas escolhas.

---

<sup>373</sup> RIBEIRO, Marcia Carla; DOMINGUES, Victor Hugo. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018. P. 458.

<sup>374</sup> THALER, Richard. **Misbehaving**. Trad. George Schlesinger. 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019. P. 19.

<sup>375</sup> Idem. P. 21.

O pressuposto de racionalidade, segundo Schmidt Neto e Facchini Neto<sup>376</sup>, partia do entendimento que agentes maiores e capazes podiam fazer escolhas racionais e serem responsabilizados por suas condutas como consequência lógica. A teoria clássica pecava por não entender o sujeito humano e todas as suas subjetividades e refletia em previsões ruins; não à toa, foi posteriormente superada por uma teoria mais realista.

Ao final dos anos 1970 Amos Tversky e Daniel Kahneman publicaram estudo denominado “*Prospect Theory: an analysis of decision under risk*”<sup>377</sup> em que apresentaram a Teoria da Economia Comportamental. Conhecida também por *behaviorismo*, essa teoria contrapôs o pressuposto dogmático de racionalidade e propôs uma nova base analítica das decisões dos indivíduos, partindo da ideia que as pessoas podem ter motivações subjetivas para suas escolhas e por isso nem estas serão dotadas de racionalidade e, portanto, ótimas.

Richard Thaler trouxe relevantes contribuições ao estudo da teoria comportamental no livro *MisBehaving*<sup>378</sup>, recebendo, por conta disso, o prêmio Nobel. Para o autor, além das pessoas fazerem escolhas pautadas em vieses, nem sempre elas têm condições de tomar a melhor decisão. No decorrer da obra o autor trata diversos elementos que podem influenciar na escolha, tais como o “efeito posse”, a “teoria do valor” e noções de justiça. Todas buscam entender as motivações que norteiam as escolhas dos indivíduos e podem ser aplicadas no contexto dos jogos eletrônicos.

---

<sup>376</sup> SCHMIDT NETO, André Perin; FACCHINI NETO, Eugênio. Ensaio jurídico sobre a racionalidade humana: maiores, capazes e irracionais. Revista Brasileira de Políticas Públicas. V. 8, n.2. 2018. P. 71.

<sup>377</sup> KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. **Prospect Theory: na analysis of decision under risk**. *Econometrica*, vol. 47, n. 2. Março de 1979.

<sup>378</sup> THALER, Richard. **Misbehaving**. Trad. George Schlesinger. 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.

Pelo efeito de posse<sup>379</sup>, a hipótese formulada pelo autor é que os custos de oportunidade se mostram vagos quando comparados a algo que a pessoa efetivamente detém. Em outros termos, desistir de uma oportunidade é menos danoso do que despendar aquilo que se tem, como o dinheiro, e pagar por alguma coisa pautado pela expectativa de benefício que aquela aquisição pode trazer. Na teoria do valor, por exemplo, Thaler conclui que “as perdas doem cerca de duas vezes mais do que os ganhos fazem você se sentir bem”<sup>380</sup>.

Em outro trabalho, Thaler, em um dos trabalhos publicados junto com Christine Jolls e Cass Sunstein<sup>381</sup>, registrou que a economia comportamental revigorou o direito respeitando a sua função prescritiva e normativa, mas trouxe uma perspectiva melhorada dos caminhos que o agente econômico utiliza para orientar suas decisões. De acordo com esses autores, as pessoas “reais” se diferenciam do “*homo economicus*” em razão da racionalidade limitada, da força de vontade e do interesse próprio.

Analisando sinteticamente esses elementos, tem-se que, pela racionalidade limitada, mesmo com vieses e heurísticas, o comportamento humano acaba sendo previsível, respondendo racionalmente às limitações cognitivas para minimizar os custos do erro das decisões. O segundo significa que as pessoas normalmente vão reconhecer que possuem um limite de força de vontade que pode eventualmente conflitar com seus interesses a longo prazo, então as pessoas adotam alguns passos para mitigar os efeitos desse risco. Por fim, o terceiro diz respeito às pessoas que se importam em serem tratadas de forma justa e buscam tratar os outros da mesma forma se assim merecerem. Essas limitações não abrangem todo o comportamento humano, mas servem como indicação de padrões de comportamento que afetam a racionalidade na tomada de decisão.

Mas o que seriam, então, as heurísticas? As heurísticas consistem em paradigmas emocionais mentais que as pessoas usam para justificar ou tomar decisões. Podem ser definidas da seguinte forma:

---

<sup>379</sup> Idem. P. 31.

<sup>380</sup> Idem. P. 48.

<sup>381</sup> JOLLS, Christine; SUNSTEIN, Cass R.; THALER, Richard. A behavioral approach to law and economics. 1998. Stanford Law Review 1471. Disponível em: [https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=12172&context=journal\\_articles](https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=12172&context=journal_articles). Acesso em: 26 dez. 2021.

As heurísticas são comumente retratadas como “atalhos mentais”, ou seja, tratam-se de estratégias cognitivas utilizadas pelo ser humano para facilitar e agilizar a tomada de decisão. Nesse sentido, elas podem ser consideradas um recurso importante e útil, sobretudo porque em diversas ocasiões as pessoas de fato são instadas a tomarem decisões rápidas e intuitivas. O problema surge quando essas decisões são influenciadas por uma visão equivocada ou enviesada da realidade, dando forma às escolhas que contradizem o ideal da maximização da utilidade<sup>382</sup>.

Decisões com base em heurísticas podem ser tomadas por qualquer indivíduo. Segundo Tversky e Kahneman<sup>383</sup>, trata-se de característica afeta a todas as pessoas que pensam intuitivamente e por isso, estão sujeitas a vieses que irão retirar o caráter racional das suas escolhas. Os autores apontam que as pessoas geralmente não detectam os vieses em seus julgamentos, o que demonstra a falta de intencionalidade em cometer eventualmente erros sistemáticos.

Nem sempre as pessoas, detendo informações adequadas, irão fazer escolhas melhores, da mesma forma que também não se pode dizer as heurísticas implicam em decisões ruins. Portanto, é raso presumir que o consumidor sempre toma decisões irracionais ou influenciadas por heurísticas relativas ao fato consumo. Gastar vultosas quantias em ativos digitais de um jogo pode ter uma motivação intrínseca de auto afirmação dentro de uma comunidade, e isso não será necessariamente um resultado enviesado.

Dessa forma, a Teoria Econômica do Comportamento<sup>384</sup> busca, assim, estudar a motivação dos impulsos conscientes e o comportamento diante de incentivos para refletir em formas que o Poder Público pode utilizar para auxiliar o agente econômico, ou seja, o consumidor, a tomar decisões mais eficientes e menos suscetíveis a elementos subjetivos.

Com base nisso, a norma jurídica não pode tomar como referência apenas o pressuposto de racionalidade. Samir Alves Daura<sup>385</sup> ensina que:

---

<sup>382</sup> DAURA, Samir Alves. Behavioral economics e direito do consumidor: novas perspectivas para o enfrentamento do superendividamento. Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018. P. 574.

<sup>383</sup> TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. **Judgment under uncertainty: heuristics and biases**. Revista Science, New Series, Vol. 185, No. 4157. Sep. 27, 1974.

<sup>384</sup> RIBEIRO, Marcia Carla; DOMINGUES, Victor Hugo. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018. P. 462.

<sup>385</sup> DAURA, Samir Alves. Behavioral economics e direito do consumidor: novas perspectivas para o enfrentamento do superendividamento. Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia

[...] a tomada de decisão idealizada sob o prisma do modelo de racionalidade defendido pela Teoria Econômica Dominante é parte do seu aspecto normativo. Já a efetiva tomada de decisão, aquela realizada no mundo real e que abarca a utilização das heurísticas, situa-se em outro aspecto, qual seja, o descritivo. Portanto, adotar o domínio normativo como parâmetro para as escolhas que os indivíduos fazem no decorrer de suas vidas representa um equívoco, posto que os experimentos até então realizados já constatavam que as pessoas, sistematicamente, adotavam comportamentos que se desviavam do ideal de maximização do bem-estar.

Em outros termos, quando há um pressuposto que agentes econômicos agem de forma racional, há por consequência o entendimento que estes podem ser juridicamente responsáveis por suas escolhas. Nisso reside a influência da Teoria Comportamental com a regulação: considerando que nem todas as escolhas partem da racionalidade pura e simples e que seres humanos são sugestionáveis e influenciáveis, a responsabilidade jurídica pelo comportamento adotado pode ser mitigada ou até afastada, considerando as circunstâncias.

De acordo com King *et al*<sup>386</sup>, apesar das preocupações com os efeitos das microtransações, o maior desafio na regulação dos jogos online e na proteção dos consumidores virtuais ainda é a falta de consentimento ou clareza sobre a classificação do status legal de certos tipos de compras dentro do jogo. São questões que conversam diretamente com direitos básicos do consumidor previstos no Código de Defesa do Consumidor (Código de Defesa do Consumidor), Lei 8.078/90 e atraem a regulamentação em cumprimento a lei consumerista.

Num aspecto geral, o Código de Defesa do Consumidor protege o consumidor contra a propaganda enganosa, ou seja, aquela intencionalmente criada para induzir o consumidor a erro, mas nada diz a respeito da propaganda agressiva que visa suggestionar o consumidor de modo a convencê-lo que aquela escolha por determinado bem de consumo é necessária, imediata ou melhor que as outras disponíveis.

---

comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018. P. 573.

<sup>386</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H.; GAINSBURY, Sally M.; DREIER, Michael; GREER, Nancy; BILLIEUX, Joel. Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective. *Computers in Human Behavior*, Volume 101, 2019, Pages 131-143. P. 133.



Com base na mesma justificativa, no contexto que o consumidor se encontra enquanto está consumindo um jogo eletrônico, a simples manifestação de vontade num contrato de consumo não significa que o consumidor tenha tido acesso a todas as informações necessárias ou ainda, a todos os efeitos jurídicos e consequências do ato praticado e, por conta disso, deva ser responsabilizado sem que se avalie qualquer das circunstâncias presentes durante a relação preliminar ao contrato.

Da mesma forma, na imersão proporcionada pelos jogos eletrônicos, os consumidores podem assumir deveres ou responsabilidades lesivas sem se dar conta dessas implicações. Assim, a proteção contra as cláusulas abusivas consiste em importante garantia conferida aos indivíduos que manifestam vontade concordante sem compreender a dimensão das obrigações assumidas.

Alguns jogos eletrônicos utilizam métodos comerciais que são considerados desleais pelo art. 6º, IV do Código de Defesa do Consumidor, consistentes em estímulos visuais e sonoros que induzem o jogador a gastar, cada vez mais, dinheiro em *loot boxes* e a outros métodos, mencionados nesse trabalho, que sutilmente fazem com o que o jogador fique cada vez mais jogando e gastando, acreditando que sua escolha é racional e que não houve manipulação algorítmica suggestionando a compra de itens virtuais ou pré-determinado os tipos de recompensas nas *loot boxes*. Mesmo dentro desse contexto, o consumidor acredita que suas decisões partem de certa lógica, embora ela seja previsível e passível de identificação e manipulação por quem detém e controla informações sobre como todo esse processo decisório se processa.

É por meio da assimetria de informação propiciada pela falha na Teoria da Racionalidade que, segundo Schmidt Neto e Facchini Neto<sup>387</sup>, fornecedores selecionam as informações que serão compartilhadas àqueles que compram, apresentando uma proposta de tal forma que incite no consumidor a decisão de assumir uma obrigação. Essa ideia de sugestividade característica do ser humano acaba por submetê-lo a situações de manipulação do comportamento por terceiros, o que recai em um dos maiores reflexos da sociedade na sociedade de consumo:

---

<sup>387</sup> SCHMIDT NETO, André Perin; FACCHINI NETO, Eugênio. Ensaio jurídico sobre a racionalidade humana: maiores, capazes e irracionais. Revista Brasileira de Políticas Públicas. V. 8, n.2. 2018. P. 81.

A propósito, é explorando essa característica humana que os publicitários promovem um produto associando-o a um personagem famoso, ressaltando que “fulano” possui aquele produto e, por isso, “você” também deve desejá-lo. “A necessidade de imitação que o consumidor sente é esse desejo infantil, que por vezes racionalizamos com afirmações do estilo “eu mereço”. Num nível patológico, consumimos para evitar “o sentimento torturante de estar à margem da existência.” O chamado “consumo conspícuo” demonstra que o comportamento humano atende mais a estímulos externos do que a uma vontade independente.

Exemplo disso são os indivíduos absolutamente racionais que, no entanto, gastam fortunas em um produto. Pagam pelo símbolo que o produto representa naquela sociedade, agindo tal qual o bebê que reconhece determinado símbolo e o repete. Não chega a ser um comportamento irracional, pois tem uma lógica e um propósito: ser identificado por aqueles que comungam dos mesmos valores. Todavia, tampouco tal comportamento pode ser tido como realmente livre e autônomo.

Daí que a Teoria Comportamental propõe a criação de incentivos para que os consumidores estejam menos suscetíveis a problemas de suas próprias escolhas.

A análise econômica comportamental, unida ao Direito Público, visa diminuir a assimetria de informações para que o indivíduo tome a decisão de forma menos enviesada, cujo resultado amplia a rede de benefícios que, de outra forma, não estariam disponíveis ao indivíduo em condições normais, sem apresentar qualquer externalidade negativa<sup>388</sup>.

Utiliza, como referência, as implicações do comportamento humano não hipotético para prever comportamentos relevantes para a lei, seja para atingir determinados fins ou para coibir comportamentos indesejáveis.

A aleatoriedade leva em consideração a perspectiva do consumidor, presunção esta que não pesa em favor do desenvolvedor<sup>389</sup>, que cria algoritmos e mecânicas específicas, seguindo lógicas computacionais, para determinar a quantidade de vezes que determinado item pode ou não sair como uma recompensa para os jogadores. Embora detalhes sobre o funcionamento desses mecanismos sejam protegidos por termos de confidencialidade, jogos eletrônicos são desenvolvidos a partir de linguagens de programação que tem, por base, uma lógica matemática.

---

<sup>388</sup> RIBEIRO, Marcia Carla; DOMINGUES, Victor Hugo. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018. P. 465.

<sup>389</sup> HODGE, Sarah E.; VYKOUKAL, Max; MCALANEY, John; BUSH-EVANS, Reece D.; WANG, Ruijie; ALLI, Raian. What's in the box? Exploring UK players' experiences of *loot boxes* in games; the conceptualisation and parallels with gambling. Fevereiro, 2022. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0263567>. Acesso em: 12 mar. 2022.

O tipo de jogabilidade denominado “*pay to win*”, ou seja, pague para ganhar (ou progredir no jogo), é frequentemente comparado aos *loops* de compulsão que são utilizados para manter os jogadores engajados em um jogo e são frequentemente associados aos jogos de azar<sup>390</sup>.

Tendo por referência o comportamento de jogadores que consomem *loot boxes*, a alocação aleatória das recompensas e a variação de valor (dentro do jogo ou fora dele) significa que os jogadores não sabem quantas compras de caixa precisam ser feitas para obter determinado item desejado<sup>391</sup>. Esse mecanismo de reforço para recompensa variável e aleatória tem por efeito encorajar a rápida absorção e comportamento persistente de compra, nutrindo no jogador a esperança de que será adequadamente recompensado<sup>392</sup>.

Trata-se de um problema que começa com a falta de informação e o vício na oferta, previstos pelo Código de Defesa do Consumidor, e recai em padrões comportamentais que afetam direta e indiretamente os consumidores. Daí a proposta de se analisar a assimetria informacional juntamente com o padrão comportamental identificado nas inúmeras pesquisas divulgadas para respaldar o argumento pela regulamentação das microtransações e dos mecanismos aleatórios de recompensa.

Alguns segmentos da indústria de jogos estão considerando medidas de autorregulação para certos tipos de compra, iniciativa relevante do setor privado diante das críticas vindas de jornalistas<sup>393</sup>, consumidores, pesquisadores e até desenvolvedores sobre as práticas como *loot boxes*<sup>394</sup>. Jen Maclean, diretora executiva da *International Game Developers Association* (IGDA), chamou a atenção de desenvolvedores para adoção de medidas como marketing apropriado para a idade, alertas aos consumidores sobre recompensas aleatórias e controle parental<sup>395</sup>.

---

<sup>390</sup> HODGE, Sarah E.; VYKOUKAL, Max; MCALANEY, John; BUSH-EVANS, Reece D.; WANG, Ruijie; ALI, Raian. What’s in the box? Exploring UK players’ experiences of *loot boxes* in games; the conceptualisation and parallels with gambling. Fevereiro, 2022. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0263567>. Acesso em: 12 mar. 2022.

<sup>391</sup> DRUMMOND; SAYER 2018.

<sup>392</sup> GRIFFTS, 2018.

<sup>393</sup> ROSA, Vinicius Vidal. Eletronic Arts remove temporariamente sistema de microtransações de Battlefront 2. 17/11/2017. Disponível em: <https://www.salvandonerd.blog.br/eletronic-arts-remove-temporariamente-sistema-de-microtransacoes-de-battlefront-2/>. Acesso em: 5 abr. 2022.

<sup>394</sup> KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H.; GAINSBURY, Sally M.; DREIER, Michael; GREER, Nancy; BILLIEUX, Joel. Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective. *Computers in Human Behavior*, Volume 101, 2019, Pages 131-143. P. 132.

<sup>395</sup> MACLEAN, Jean. Call to action: *loot boxes*. Nov, 2018. Disponível em: <https://members.igda.org/blogpost/1016423/313945/Call-to-Action-Loot-Boxes>. Acesso em: 3 fev. 2021.

#### 5.4. Propostas para a regulamentação das *loot boxes* no Brasil

A teoria da regulação representa, quando aplicada de forma eficiente, no exercício do papel do Estado em atuar pautando as relações sociais e econômicas para reequilibrá-las. O poder regulador não é, contudo, o único instrumento possível para pautar todos os fatos do mundo que demandam entrar na esfera jurídica.

Atentando-se a isso, este capítulo apresentará propostas regulatórias as quais podem ser implementadas tanto pelo Poder Público quanto pela iniciativa privada inspirando-se no jurista Matthew Perks<sup>396</sup>, que defende a importância da criação de uma regulação que, de um lado, não seja debilitante para os desenvolvedores de jogos, mas deva, por outro turno, fazê-los assumir a responsabilidade por esse modelo de monetização predatória, que explora abusivamente os consumidores.

Partindo da ideia de Coase<sup>397</sup>, em que a externalidade é simétrica e deve-se, na medida do possível, evitar o prejuízo mais grave, a proposta para a regulamentação das *loot boxes* objetiva causar um menor impacto nas empresas, que saberão os limites de atuação no desenvolvimento de sistemas aleatórios de recompensa, ao passo que haverá maior segurança e menor risco aos consumidores, reduzindo a possibilidade de serem afetados com os custos embutidos no gasto com as caixas de saque. A expectativa é que, com isso, desenvolvedoras e publicadoras possam ser responsabilizadas pelos danos diretos e indiretos causados aos consumidores, de modo que o custo seja contrabalanceado pelas empresas, que buscarão meios mais adequados para monetizar os ativos digitais de jogo e potencializar o aumento das microtransações.

Em que pese o termo *loot boxes* seja largamente utilizado, para fins de legística há que ser pensado em um nome adequado que considere as características dessas microtransações. A ESRB<sup>398</sup> justificou, inclusive, que na indicação lançada em 2020 o termo *Loot Box* não abrange todos os tipos de mecanismos de compra aleatória existentes nos jogos, tendo optado por utilizar o termo *In-Game Purchases (includes*

---

<sup>396</sup> PERKS, Matthew. **Why a conversation around loot Box regulation, responsibility, and harm needs to be happening.** A Medium Corporation. 2017. Disponível em: [https://medium.com/@perks\\_matthew/why-a-conversation-around-loot-box-regulation-responsibility-and-harm-needs-to-be-happening-636acf0e99ba](https://medium.com/@perks_matthew/why-a-conversation-around-loot-box-regulation-responsibility-and-harm-needs-to-be-happening-636acf0e99ba). Acesso em: 14 jun. 2021.

<sup>397</sup> COASE, Ronald H **The Problem of Social Cost.** The Berkeley Electronic Press. 2008.

<sup>398</sup> ESRB. Introducing a new interactive element: In-game purchases (includes random items). 13/04/2020. Disponível em: <https://www.esrb.org/blog/in-game-purchases-includes-random-items/>. Acesso em: 12 dez. 2021.

*random items*), que pode ser traduzido por “compras dentro do jogo (incluindo itens aleatórios).

Sugere-se, assim, a adoção de “mecanismos de recompensa aleatória” como forma de abranger os tipos possíveis de microtransações conhecidas popularmente como *loot boxes*. Dessa forma, qualquer sistema que promete ao consumidor um tipo de recompensa aleatória, independentemente de ser adquirido onerosa ou gratuitamente, ou de gerar prêmios com valor dentro ou fora do jogo, ou ainda, que tenha ou não o aspecto de caixa, será abrangido pelo termo.

A adoção do termo deve ser precedida de uma clara compreensão do que são as *loot boxes* para que, em termos de regulamentação, sejam apresentadas definições de acordo com as suas possibilidades e aplicações<sup>399</sup>, observando a tabela de Nielsen e Grabarczyk<sup>400</sup>. Inspirado nas categorias criadas pelos autores, sugere-se os seguintes parâmetros para regulamentação:

<b>Tipo de Mecanismo de Recompensa Aleatória</b>	<b>Descrição</b>	<b>Proposta</b>
Externo-Externo (Incorporado-Incorporado)	Demanda uso de dinheiro real para entrada e a recompensa tem valor no mundo físico, ou seja, fora do jogo, o que é possível graças às facilidades trazidas pelo próprio jogo.	Regulamentação como forma de trazer requisitos para ser ou não considerado jogo de azar.
Externo-Interno (Incorporado-Isolado)	Demanda uso de dinheiro real para entrada, mas a recompensa não tem valor fora do jogo.	Regulamentação como forma de trazer requisitos para ser ou não considerado jogo de azar.
Interno-Externo (Isolado-Incorporado)	Não demanda dinheiro real para entrada, mas a recompensa tem valor fora do jogo, o que é possível graças às facilidades trazidas pelo próprio jogo.	Regulamentação como forma de trazer requisitos para ser ou não considerado jogo de azar.
Interno-Interno (Isolado-Isolado)	Não demanda dinheiro real para entrada e a recompensa não tem valor real dentro do jogo.	Regulamentação para proteger grupos vulnerabilizados, incluindo crianças e adolescentes, idosos e PcD.

<sup>399</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of *loot boxes* Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *In: International Journal of Mental Health and Addiction* (2022) 20:437–454. P. 452.

<sup>400</sup> NIELSEN, Rune Kristian Lundedal; Grabarczyk, Paweł. Are *loot boxes* Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games. DIGRA - Digital Games Research Association. 2019. Disponível em: <http://todigra.org/index.php/todigra/article/view/104>. Acesso em: 21 ago. 2021.

A proposta não é regular as caixas de saque como jogos de azar, mas impor normativamente requisitos para que não seja considerada como jogo de azar, prática atualmente ilegal no país, e para conferir segurança jurídica no consumo, sobretudo dos vulneráveis.

#### **5.4.1. Propostas para a adequação do Código de Defesa do Consumidor para o consumo de bens virtuais**

Os contratos para consumo de *software* são, via de regra, termos de adesão de acordo com a Lei do *Software* e o Código de Defesa do Consumidor. Porém, o fundamento jurídico para determinadas condutas que ocorrem dentro do ambiente virtual demanda a aplicação de outras normas, como o Decreto n. 7.962/13 que reforça o direito do consumidor à informação e assegura, expressamente, o direito ao arrependimento de compras via comércio eletrônico. Em complemento, o Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/14) determina a obrigação de informações claras e completas nas contratações *online*.

Todavia, pouco dispõe acerca do consumo virtual de ativos digitais, prática consolidada que abrange desde a compra de e-books e aplicativos, quanto jogos eletrônicos em mídia digital. Ainda que existam dispositivos assegurando o direito informacional, não há clareza no que se refere às condições exatas da oferta no ambiente das microtransações e, principalmente, das *Loot boxes*.

A proposta para modificação do Código de Defesa do Consumidor seria uma forma de adequar o código com dispositivos capazes de regular as relações jurídicas ocorridas no meio virtual. O debate sobre a atualização do Código de Defesa do Consumidor não é recente: existem diversos projetos de lei em trâmite, tais como os Projetos de Lei n. 281/12 e 282/12 os quais, mesmo com a pretensão em regular o comércio eletrônico, são limitados e não consideram o panorama do mercado nos últimos anos.

Não dá para se basear apenas na assimetria informacional como falha de mercado para justificar a regulação se por outro lado as empresas até trazem informações básicas sobre os produtos comercializados nas microtransações que fazem o consumidor ter uma falsa sensação de informação quando, por outro lado, a aleatoriedade é matematicamente pré-definida.

Nesse sentido, os modelos europeus do *Digital Services Act* e *Digital Markets Act* são importantes parâmetros nesse sentido, que visam sobretudo reequilibrar os direitos e responsabilidades de usuários, plataformas e autoridades públicas. Podem servir de parâmetro para incluir dispositivos no Código de Defesa do Consumidor que determinem transparência algorítmica nas relações de consumo, assegurem direitos do consumidor virtual, determine a sinalização de conteúdos e publicidade e imponha obrigações às grandes plataformas, tolhendo margem para práticas abusivas.

As ofertas precisam ser claras também dentro do ambiente virtual, os consumidores não podem ser assediados com ilimitados *pop-ups* sem direito à escolha por assistir esses anúncios. Devem ter informações claras sobre cada microtransação realizada, com direito à informação sobre o que está sendo adquirido, os limites de uso e a não transferibilidade.

Aos consumidores pode ser conferido o direito de estabelecer limites, por gasto ou tempo, e a possibilidade de ter acesso ao histórico de microtransações realizadas, efetivadas e canceladas, com dados sobre a data da compra, o item adquirido e a recompensa recebida.

Ainda, deve ser assegurado o arrependimento de compra para quaisquer bens digitais adquiridos em ambientes virtuais com estipulação de regras sobre forma e tempo para o reembolso. Deve, ainda, ter maior proteção no ambiente virtual considerando as circunstâncias de imersão e o estado de vulnerabilidade, devendo ser criadas regras específicas para as microtransações realizadas por menores de idade e pessoas idosas e meios facilitadores de cancelamento de compras.

#### **5.4.2. O Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais como forma de assegurar maior proteção aos consumidores menores de idade**

O Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/14), prevê, no art. 29, que o usuário de internet poderá optar pelo *software* que preferir para exercer o controle parental no conteúdo acessado por menores de idade sob sua responsabilidade. Com base nisso, os jogos eletrônicos comercializados no país devem facilitar aos responsáveis legais medidas para controle de acesso tanto a jogos eletrônicos impróprios para determinada idade, quando a microtransações, quando apresentam características de jogos de azar podem, assim, infringir o disposto na Lei 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente).

A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709/18) traz contribuições quando envolve tratamento de dados pessoais. Sem considerar dados agregados, perfilados ou anonimizados, os dados pessoais de consumidores de jogos eletrônicos devem ser tratados de acordo com alguma das bases legais trazidas na lei, atendendo, assim, ao princípio da finalidade.

É possível que o acesso a um jogo eletrônico ocorra sem qualquer atividade de tratamento, mas, caso exista alguma das operações previstas no art. 5<sup>a</sup> inciso X, deverá ser avaliada a base legal adequada. Via de regra, o consumo de jogos eletrônicos tem exigido o consentimento do titular (art. 7<sup>o</sup>, inciso I), por meio da anuência a políticas de proteção de dados, seja do próprio jogo ou da plataforma de vendas.

Nessa lei há também dispositivos que tecem limitações ao tratamento de dados de crianças e adolescentes. De acordo com o art. 14 do referido diploma, o tratamento de dados pessoais destes indivíduos deve ser realizado de acordo com seu melhor interesse. Em relação a crianças, o tratamento não poderá ser realizado sem o consentimento específico e destacado do responsável legal, sendo este requisito dispensado somente no caso do parágrafo terceiro. Ademais, o tratamento de dados de crianças não poderá ser obrigatório para ter acesso a jogos eletrônicos.

Tanto o Marco Civil da Internet quando a Lei Geral de Proteção de Dados disciplinam condutas que ocorrem dentro do ambiente das microtransações nos jogos eletrônicos. Embora não sejam específicas ao consumo digital, podem servir de base para restringir ou proibir o consumo de *loot boxes* a menores de idade, dadas as suas características de jogos de azar.



### 5.4.3. Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP)

O Ministério da Justiça e Segurança Pública, na Portaria n. 502 publicada em 23/12/2021, apresentou no art. 3º, inciso XII, ainda que aplicável apenas no escopo da portaria, uma definição de jogos eletrônicos ampla, abrangendo qualquer obra audiovisual em programa ou software que, por meio de hardware, permite interação do usuário. Corresponde à referência mais atual, em termos regulatórios, da definição de jogos eletrônicos, em que pese a tentativa das propostas legislativas discutidas abaixo e listadas no Anexo I.

A título de curiosidade, a mesma portaria, no art. 11, dispõe que a classificação indicativa será feita a partir de categorias etárias e terá três eixos temáticos: sexo e nudez, violência e drogas. Como o texto é aplicável a qualquer obra audiovisual, incluindo jogos eletrônicos, nada dispõe a respeito de microtransações ou jogos de azar, indo em sentido oposto aos países que já determinaram essa indicação, como os Estados Unidos e Canadá. Considerando a ausência de norma sobre o tema no país, será feita a análise dos projetos de lei em trâmite os quais buscam regularizar a prática de jogos de azar e pretendem, alguns deles, estabelecer a definição de jogos eletrônicos.

Não se olvide que cabe ao Ministério da Justiça o estabelecimento da classificação indicativa para o consumo de mídias audiovisuais, de teor informativo busca orientar os consumidores para decidirem se os conteúdos de consumo são adequados a determinado público ou não. No Guia Prático de Classificação Indicativa<sup>401</sup>, há critérios por idade e avaliação por três eixos temáticos relativos a violência, sexo e nudez e drogas. O guia, atualizado em 2021, não dispõe sobre outros critérios adotados internacionalmente, como microtransações e jogos de azar.

---

<sup>401</sup> MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. **Guia Prático de Classificação Indicativa**. 4ª ed. 2021. Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/guia-de-classificacao>. Acesso em: 7 jan. 2022.

Dessa forma, buscando mitigar a hipossuficiência da relação de consumo entre desenvolvedores e jogadores, o Ministério da Justiça pode, seguindo a tendência na regulação internacional, orientar que jogos contendo microtransações e sistemas aleatórios de recompensa sejam devidamente sinalizados aos consumidores com uma etiqueta na embalagem ou na publicidade, concretizando o princípio informacional do Código de Defesa do Consumidor. Pode ainda restringir o acesso de jogos contendo esses elementos a indivíduos maiores de dezoito anos, tendo em vista a vedação no art. 80 do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Para os jogos que possuem microtransações com sistemas aleatórios de recompensa, ou seja, *loot boxes*, podem ser adotadas medidas específicas visando afastar qualquer entendimento que as aproxime de jogos de azar. Dessa forma, pode ser determinado que o consumidor seja previamente informado sobre o sistema de recompensa aleatória<sup>402</sup> (por meio de um *pop-up* ou outro tipo de alerta), sobre as recompensas possíveis de serem obtidas nos sistemas, além da probabilidade de cada item ser sorteado. A probabilidade, por uma questão de boa fé, deverá corresponder à realidade daquilo que o algoritmo está programado para responder.

Podem ser regulamentadas medidas que busquem limitar o tempo dos jogadores nas microtransações. Pode ser estabelecido um tempo mínimo entre uma transação e outra como forma de mitigar comportamentos compulsivos e repetitivos. Também, pode ser estabelecido um limite monetário, diário ou temporal para a aquisição de sistemas de recompensa aleatória.

Ainda, podem ser adotadas medidas regulamentadoras para coibir ou reduzir o contato de indivíduos vulneráveis, sejam crianças, adolescentes ou idosos, com as *loot boxes*. Uma recomendação possível é determinar que as distribuidoras, desenvolvedoras e publicadoras insiram um aviso sobre a presença de mecanismos de recompensa aleatória, seja antes do jogo ser baixado e instalado, seja antes da compra de uma *Loot Box* ser efetivada.

Por fim, considerando o papel educativo do MJSP, podem ser criadas cartilhas que buscam trazer informações aos consumidores de todas as idades. O papel educativo do Ministério da Justiça no tocante aos direitos do consumidor é de extrema relevância.

---

<sup>402</sup> HING, Nerilee; ROCKLOFF, Matthew; RUSSEL, Alex M.; BROWNE, Matthew; NEWALL, Philip; GREER, Nancy; KING, Daniel L.; THORNE, Hahhan. Loot box purchasing is linked to problem gambling in adolescents when controlling for monetary gambling participation. *Journal of Behavioral Addictions*. Abril 2022.

#### 5.4.4. Medidas de autorregulamentação

A proposta de medidas de autorregulamentação tem inspiração no modelo aplicado em relação à publicidade no Brasil, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária<sup>403</sup> criado por associações da área, e nas medidas adotadas por organizações como PEGI e ESRB. Decerto que, conforme alerta Salomão Filho e Cezeretti<sup>404</sup>, a criação de regras paraestatais levanta questionamentos quanto à sua força vinculante, validade, legitimidade democrática e eficácia. Porém, em termos de tratamento das microtransações, a autorregulamentação pode ser uma alternativa de organizar as relações sociais com alto grau de responsabilidade e em complemento ao papel do Estado.

Uma proposta envolvendo a Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos (Abragames), a International Game Developers Association (IGDA) que possui filial no Brasil, a Associação Comercial, Industrial dos Jogos Eletrônicos do Brasil (Acigames) e outras associações regionais como a Associação Mineira de Jogos (GaMing), que desempenham importante papel no mercado nacional, pode trazer bons resultados e dar um importante passo pautando medidas para melhoria do ambiente digital dos videogames.

Eventual proposta autorregulatória pode trazer medidas para proteger os consumidores virtuais como regras para publicidade de acordo com próprio Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. Por exemplo, o art. 21 orienta que os anúncios não devem induzir a atividades ilegais ou similares. Logo, uma vez que as *loot boxes*, na forma como são atualmente comercializadas, estejam associadas a jogos de azar, residem entraves quanto à propaganda estimulando o consumo desses itens. O art. 37, sobre publicidade orientada a crianças e jovens, deve-se respeitar a ingenuidade e credulidade dos indivíduos em formação, além de tomar cuidados especiais para evitar distorções psicológicas nos anúncios.

---

<sup>403</sup> CONAR. Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária Código e Anexos, 1978.

<sup>404</sup> SALOMÃO FILHO; Calixto; CEREZETTI, Sheila C. Neder. Regulação e autorregulação da publicidade dirigida a crianças e adolescentes. *In: Autorregulação da publicidade infantil no Brasil e no mundo*. Isabella Henriques e Veet Vivarta (Org). São Paulo: Editora Verbatim. Instituto Alana, 2017. P. 23.

Por meio da autorregulamentação pode ser possível sugerir - ante a falta de poder vinculante - o estabelecimento de limites nas microtransações realizadas. Divulgação dos itens contidos dentro das caixas com indicação de probabilidade em cumprimento ao disposto no Código de Defesa do Consumidor, ou, detalhando medidas sugeridas para a atuação do MJSP, limitação quanto à transferência de itens, limitação diária de consumo em microtransações (em quantidade ou em valor), limitação de consumo se o usuário cadastrado na conta for diverso do titular do método de pagamento e transparência algorítmica em relação aos anúncios e na seleção de itens que podem ser recebidos nas caixas.

Importante reforçar que a possibilidade de transferir bens virtuais, mediante pagamento em dinheiro real, pode ser realizada por ambientes de leilão gerenciados pelas desenvolvedoras de jogos ou por terceiros. Porém, quando realizado por site de terceiros, expõe os jogadores a situações ilegais e até criminais, como fraude, *hacking*, e *spamming*, este que pode ser com assédio ou perseguição.

Boyd<sup>405</sup> alerta que a forma mais objetiva que indica se um benefício obtido no jogo tem valor fora dele é oferecer a oportunidade de o jogador comprar ou vender esses itens por dinheiro real. Se as desenvolvedoras e publicadoras permitem, ainda que indiretamente mecanismos de transferência dos itens entre usuários, será difícil comprovar que o jogo não possui indícios ou elementos de jogos de azar.

Boyd, Chen *et al* e Xiao sugerem a adoção de medidas como a proibição geral de transferibilidade de itens como forma de prevenir danos e abusos nas microtransações.

As desenvolvedoras e publicadoras costumam adotar medidas corretivas como banir contas de usuários que descumprem os termos de uso ou reembolsar as vítimas, mas, segundo Xiao<sup>406</sup>, essas medidas são ineficazes em combater a causa do problema. Isso porque elas não possuem teor preventivo e não afetam diretamente o problema. Daí a sugestão da criação e aplicação de medidas específicas em termos de autorregulamentação, partindo da iniciativa privada atuante no setor com intuito de aumentar a aderência normativa sem que seja necessária uma imposição normativa estatal.

---

<sup>405</sup> BOYD, Gregory; KANE, Sean F; PYNE, Brian. **Video Game Law: everything you need to know about legal and business issues in the Game Industry**. CRC Press: Boca Raton. 2018. P. 205.

<sup>406</sup> XIAO. 2019.

## 6. Conclusão

Os jogos eletrônicos, desde a sua concepção, representam mais do que mero meio de entretenimento e se posicionam, hoje, como importante elemento sócio-cultural da nossa sociedade. Sob essa dimensão emergem diversas questões que demandam a atenção de juristas e legisladores.

Buscando trazer uma dimensão dos diversos significados do jogo, este trabalho demonstrou como essa noção foi construída até chegar na contemporaneidade para, com isso, contextualizar os jogos eletrônicos. Além de trazer conceitos relevantes dentro do mercado como a classificação de jogos e os seus gêneros, pretendeu-se explicar sucintamente o processo produtivo e os reflexos políticos, culturais, sociais e jurídicos dos videogames.

A partir do fato consumo de jogos eletrônicos, passou-se para o consumo dos videogames propriamente ditos, analisando a sociedade de consumo, o consumo de bens digitais, os efeitos da posse virtual e o centro do estudo, que é o consumidor de jogos e os transtornos identificados pela literatura especializada a partir do contato excessivo com esses bens de consumo.

Com o contexto fornecido, buscou-se analisar as microtransações propriamente ditas, que foram criadas como uma irreverente forma de monetização do lazer dentro dos videogames. Dentro das microtransações, encontra-se às *loot boxes*, mecanismos de recompensa aleatória que possuem fortes semelhanças com jogos de azar e por conta disso tem sido objeto de críticas tanto em relação aos aspectos psicológicos quanto jurídicos.

A par da legislação citada ser aplicável às microtransações e a outros aspectos relacionados ao comércio de bens digitais dentro dos jogos eletrônicos, existem lacunas normativas que fragilizam as relações de consumo e tornam os consumidores ainda mais vulneráveis, sujeitos às práticas predatórias, abusivas e a efeitos nocivos decorrentes do consumo. Assim, considerando as evidências apresentadas e analisando o contexto normativo tanto das *loot boxes* no mundo e dos jogos de azar no Brasil, propôs-se medidas para revisão legislativa e regulamentação, pautadas da assimetria informacional e da Teoria Econômica Comportamental.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AARP Research. **Video games: attitudes and habits of adults age 50-plus**. 2016. Disponível em: [https://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys\\_statistics/life-leisure/video-games-attitudes-habits.doi.10.26419%252Fres.00125.001.pdf](https://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys_statistics/life-leisure/video-games-attitudes-habits.doi.10.26419%252Fres.00125.001.pdf). Acesso em: 22 jan. 2022.

ABT, Clark. **Serious Games**. New York: Viking Press. 1974.

ACTIVISION BLIZZARD. 2020 Annual Report. Disponível em: <https://investor.activision.com/static-files/09bb50e3-b2e8-4407-9ee3-2aec3c7bc29d>. Acesso em: 14 abr. 2022.

ACTIVISION BLIZZARD. Política de Privacidade da Blizzard Entertainment. 15 de out. 2021. Disponível em: <https://www.blizzard.com/pt-br/legal/bbee59bd-7386-4098-b584-d79a2d439fdb/politica-de-privacidade-da-blizzard-entertainment>. Acesso em: 27 de jun. 2022.

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural**. Trad.: Vinicius Marques Pastorelli. São Paulo: Editora Unesp. 2020.

American Psychiatric Association. **Internet Gaming Disorder**. 2013. Disponível em: [https://www.psychiatry.org/File%20Library/Psychiatrists/Practice/DSM/APA\\_DSM-5-Internet-Gaming-Disorder.pdf](https://www.psychiatry.org/File%20Library/Psychiatrists/Practice/DSM/APA_DSM-5-Internet-Gaming-Disorder.pdf). Acesso em: 2 fev. 2022.

ANDERSON, Chris. **The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete**. WIRED. 23/06/2008. Disponível em: <https://www.wired.com/2008/06/pb-theory/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

ANDRADE, Fernando R. H.; MIZOGUCHI, Riichiro; ISOTANI, Seiji. **The Bright and Dark Sides of Gamification**. In: Intelligent Tutoring Systems. ITS: International Conference on Intelligent Tutoring Systems. 2016. Zagreb, Croácia. Editora: Springer.

APPLE. **Termos e condições dos serviços de mídia da Apple**. Disponível em: <https://www.apple.com/legal/internet-services/itunes/br/terms.html>. Acesso: 22 abr. 2022.

BARTON, K. R.; YAZDANI, Y.; AYER, N.; KALVAPALLE, S.; BROWN, S.; STAPLETON, J.; BROWN, D. G.; HARRIGAN, K. A. **The effect of losses disguised as wins and near misses in electronic gaming machines: A systematic review**. 2017. Journal of Gambling Studies, 33, 1241–1260.

BARRETEAU, Olivier; ABRAMI, Géraldine; BONTÉ, Bruno; BOUSQUET, François; MATHEVET, Raphaël. **Serious games**. In: The Routledge Handbook of Research Methods for Social-Ecological Systems. 2021: Routledge. Londres. 526 p.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BBC. **Gamers In The UK: Digital play, digital lifestyles**. 2005. Disponível em: [https://crystaltips.typepad.com/wonderland/files/bbc\\_uk\\_games\\_research\\_2005.pdf](https://crystaltips.typepad.com/wonderland/files/bbc_uk_games_research_2005.pdf). Acesso em: 20 jan. 2022.

BERNEVEGA, Alexander; GEKKER, Alex. **The Industry of Landlords: Exploring the Assetization of the Triple-A Game**. 29/04/2021. Games and Culture 2022, Vol. 17(1) 47–69.

BILLIEUX, Joel; STEIN, Dan J.; CASTRO-CALVO, Jesús; HIGUCHI, Susumu; KING, Daniel L. **Rationale for and usefulness of the inclusion of gaming disorder in the ICD-11**. Abril de 2021. [World psychiatry: official journal of the World Psychiatric Association \(WPA\)](#) 20(2):198-199.

BINENBOJM, Gustavo. **Poder de polícia, ordenação, regulação: transformações político-jurídicas, econômicas e institucionais do direito administrativo ordenador**. Belo Horizonte: Fórum, 2016.

BOLUK, Stephanie; LEMIEUX, Patrick. **Playing, Competing, Spectating, Cheating, Trading, Making, and Breaking the videogames**. University of Minnesota Press. 2017.

BOGOST, Ian. **Unit Operations: An Approach to Videogame Criticism**. 2006. Cambridge, MA: MIT Press.

BOGOST, Ian. **Gamification is bullshit**. In: *The Gameful World: approaches, issues, applications* (The MIT Press). 2015.

BOGOST, Ian. **Gamification is bullshit**. 2011. Disponível em: [http://bogost.com/writing/blog/gamification\\_is\\_bullshit/](http://bogost.com/writing/blog/gamification_is_bullshit/). Acesso em: 21 dez. 2021.

BOYD, Gregory; KANE, Sean F; PYNE, Brian. **Video Game Law: everything you need to know about legal and business issues in the Game Industry**. CRC Press: Boca Raton. 2018.

BRADY, Andrew; PRENTICE, Garry. **Are loot boxes Addictive? Analyzing Participant's Physiological Arousal While Opening a Loot Box**. 2019. Games and Culture, 16(4), 419–433.

BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 4.495/20, de 08 de setembro de 2020. Dispõe sobre a expansão do turismo no País através da implantação de resorts integrados em todo o território nacional. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/144605>. Acesso em: 28 fev. 2022.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Pleno. **Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 5659**. Requerente: Confederação Nacional de Serviços (CNS). Relator Min. Dias Toffoli. Data do julgamento: 24/02/2021. Data da publicação: 20/05/2021. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5132886>. Acesso em: 27 jun. 2022.

BUENO, Alexandre. **Vício em games será considerado transtorno de saúde mental: a partir de 2022, o comportamento obsessivo associado a jogos eletrônicos poderá ser diagnosticado e tratado por profissionais da saúde mental.** Faculdade de Medicina UFMG. 02 jan. 2020. Disponível em: <https://www.medicina.ufmg.br/vicio-em-games-sera-considerado-transtorno-de-saude-mental/>. Acesso em: 03 fev. 2022.

CAETANO NETO, Juliana; MENEZES, Patrick de. **Games como máquinas de aprendizagem: um relato de experiência com o uso dos games Assassin's Creed e Civilization VI na disciplina de História.** Revista de Docência e Cibercultura 5(4). Dezembro, 2021. P. 191-215.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem.** Editora Vozes, 1º ed. 2017. Petrópolis, RJ.

CALVET, Sandra L. **Children as consumers: advertising and marketing.** 2008. Future Child.VOL. 18, n. 1.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Plenário conclui votação do projeto que legaliza jogos de azar; veja como ficou o texto. 24/02/22. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/854027-plenario-conclui-votacao-do-projeto-que-legaliza-jogos-de-azar-veja-como-ficou-o-texto/> . Acesso em: 25 fev. 2022.

CAREY, Patrick Andrew Kerin; DELFABBRO, Paul; KING, Daniel L. **An Evaluation of Gaming-Related Harms in Relation to Gaming Disorder and Loot Box Involvement.** *In: International Journal of Mental Health and Addiction.* 2021. Springer.

CERULLI-HARMS, Anette; MUNSCH, Marlene; THORUN, Christian; MICHAELSEN, Frithjof; HAUSEMER, Pierre. **Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers.** Julho, 2020. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOLE\\_STU\(2020\)652727](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOLE_STU(2020)652727). Acesso em: 4 fev. 2022.

CHANG, Sofia. **loot boxes - parte 2: o império das microtransações.** 2019. Centro de Pesquisa em Direito, Tecnologia e Inovação (Centro DTIBR). Disponível em: <https://www.dtibr.com/post/2019/03/22/loot-boxes-o-status-jurc3addico-das-loot-boxes-em-diferentes-pac3adses>. Acesso em: 11 jun. 2021.

CHEN, Ningyuan; ELMACHTOUB, Adam N.; HAMILTON, Michael L.; LEI, Xiao. **Loot box pricing and design.** Agosto, 2019. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3430125](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3430125). Acesso em: 12 dez. 2021.

CHIA, Doris X. Y.; NG, Charis W. L.; KANDASAMI, Gomathinayagam; SEOW, Mavis Y. L.; CHOO, Carol C; CHEW, Peter K. H.; LEE, Cheng; ZHANG, Melvyn W. B. **Prevalence of internet addiction and gaming disorders in Southeast Asia: a meta-analysis.** 2020. International Journal of Environmental Research and Public Health. Basel, Suíça.



CLEMENT, J. **Gaming monetization - Statistics & Facts**. 19/02/2021. Statista. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/3436/gaming-monetization/>. Acesso em: 4 abr. 2022.

CLEMENT, J. **COVID-19 impact on the gaming industry worldwide - statistics & facts**. 4/6/2021. Statista. Disponível em: [https://www.statista.com/topics/8016/covid-19-impact-on-the-gaming-industry-worldwide/#topicHeader\\_wrapper](https://www.statista.com/topics/8016/covid-19-impact-on-the-gaming-industry-worldwide/#topicHeader_wrapper). Acesso em: 25 jun. 2021.

COASE, Ronald H **The Problem of Social Cost**. The Berkeley Electronic Press. 2008.

CORREA, Juliano. **Teve conta banida? Entenda direitos e se cabe processo. GE Esports**. 22/04/2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/teve-conta-banida-games-entenda-direitos-e-se-cabe-processo.ghtml>. Acesso em: 22 abr. 2022.

CORREA, Juliano. **A base vem forte: conheça influenciadores mirins do mundo dos games**. E-SporTV. 12/05/2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/e-sportv/noticia/a-base-vem-forte-conheca-influenciadores-mirins-do-mundo-dos-games.ghtml>. Acesso em: 26 abr. 2022.

CRUZ JUNIOR, Gilson. **Vivendo o jogo ou jogando a vida? Notas sobre jogos (digitais) e educação em meio à cultura ludificada**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte. 2017, 39 (3). 226-232.

DAURA, Samir Alves. **Behavioral economics e direito do consumidor: novas perspectivas para o enfrentamento do superendividamento**. Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018. P. 569 a 598.

DELFABBRO, P.; KING, Daniel; LAMBOS, C.; PUGLIES. S. 2009. **Is video-game playing a risk factor for pathological gambling in Australian adolescents?** Journal of Gambling Studies, 25, 391–405.

DEREVENSKY, Jeffrey L.; MARCHIDA, Loredana; RICHARD, Jeremie. **The migration between gaming and gambling: our current knowledge**. Pediatric Research and Child Health. Volume 5(1): 2021. Canada.

DETERDING, Sebastian; DIXON, Dan; KHALED, Rilla; NACKE, Lennart. **From game design elements to gamefulness: defining “gamification”**. MindTrek 2011. Tampere, Finlândia.

DIBBEL, Julian. **Play Money: or, how I quit my job and made millions trading virtual loot**. Basic Books, Nova York. 2006.

**Dicionário Brasileiro da língua portuguesa**. Michaelis online. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?id=YkXVd>. Acesso em: 14 marc. 2021.

DOMOKOS, John; GRANT, Harriet. **The refugee challenge: can you break into Fortress Europe?** Recurso interativo. The Guardian. 2014. Disponível em: <https://www.theguardian.com/global-development/ng-interactive/2014/jan/refugee-choices-interactive>. Acesso em: 17 mar. 2022.

DRUMMOND, Aaron; SAUER, James. **Video game loot boxes are psychologically akin to gambling.** Nature Human Behaviour, 2018. Páginas 530– 532.

DRUMMOND, Aaron; SAUER, James; HALL, Lauren C.; ZENDLE, David; LOUDON, Malcolm. **Why loot boxes could be regulated as gambling.** 2020. Nature Human Behaviour, Nature, vol. 4(10), pages 986-988

EGLISTON, Ben. **The Unnerving Rise of Video Games that Spy on You.** WIRED. 1/2/2022. Disponível em: [The Unnerving Rise of Video Games that Spy on You | WIRED](https://www.wired.com/story/the-unnerving-rise-of-video-games-that-spy-on-you/). Acesso em: 17 abr. 2022.

ELECTRONIC ARTS. **Contrato de usuário.** Disponível em: <https://tos.ea.com/legalapp/WEBTERMS/US/br/PC/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

EPIC GAMES. **Termos de serviço.** Disponível em: <https://www.epicgames.com/site/pt-BR/tos>. Acesso em: 22 abr. 2022.

ESPOSITO, Nicolas. **A short and simple definition of what a videogame is.** Conference Paper. DIGRA 2005.

ESRB. **Introducing a new interactive element: In-game purchases (includes random items).** 13/04/2020. Disponível em: <https://www.esrb.org/blog/in-game-purchases-includes-random-items/>. Acesso em: 12 dez. 2021.

ETCHELLS, Dr. Pete. **Why we need to stop loot boxes from becoming another moral panic.** 14/01/2021. Science Focus. Disponível em: <https://www.sciencefocus.com/comment/why-we-need-to-stop-loot-boxes-from-becoming-another-moral-panic/>. Acesso em: 3 fev. 2022.

EUROPEAN COMMISSION. **Digital Markets Act: Commission welcomes political agreement on rules to ensure fair and open digital markets.** 25/03/22. Disponível em: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_1978](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1978). Acesso em: 14 abr. 2022.

EUROPEAN COMMISSION. **Digital Services Act: Commission welcomes political agreement on rules ensuring a safe and accountable online environment.** 23/04/22. Disponível em: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_2545](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2545). Acesso em: 25 abr. 2022.

EUROPEAN PARLIAMENT. **loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular Young consumers.** Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL\\_STU\(2020\)652727\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU(2020)652727_EN.pdf). Acesso em: 12 de agosto de 2020.

EVANGELISTA, Vitor de Moraes Alves; LEPRE, Rita Melissa. **Do homo ludens ao homo virtualis: os jogos eletrônicos na contemporaneidade**. Revista de Psicologia da Criança e do Adolescente, 9,. (2018). P. 133-152.

EVERS, E. R. K.; VAN DE VEN, N.; WEEDA, D. **The hidden cost of microtransactions: buying in-game advantages in online games decreases a player's status**. In: International Journal of Internet Science. 2015, 10(1).

FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel. Aprendendo a jogar. In: Metamorfose: arte, ciência e tecnologia. Vol. 2, n. 1. Julho de 2017. P. 8-11.

FALEIROS JUNIOR; José Luiz de Moura; DENSA, Roberta. Para além das loot boxes: responsabilidade civil e novas práticas abusivas no mercado de games. In: **Proteção de dados pessoais na sociedade da informação**. [Recurso eletrônico]. Coord.: João Victor Rozatti Longhi, José Luiz de Moura Faleiros Junior, Rodrigo Gugliara. Indaiatuba, SP: Editora Foco, 2021.

FANTINI, Laiane Maris Caetano. **Precisamos realmente de Jogos Blockchain? Estudo a partir dos reflexos jurídicos da propriedade de criptoativos em jogos digitais**. In: Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment, 2020, Recife. Proceedings of SBGames 2020, 2020.

FIGUEIREDO, Leonardo Vizeu. **Direito Econômico**. Editora Forense; 11ª edição. 2021.

FORMOSA, Jessica; JOHNSON, Daniel; TURKAY, Selen; MANRYK, Regan L.; **Need satisfaction, passion and wellbeing effects of videogame play prior to and during the COVID-19 pandemic**. Computers in Human Behavior. Volume 131. Junho, 2022.

FORTNITE. **Passe de Batalha - Capítulo 3, temporada 2. Resistência. Corra em disparada e escale. Saqueie dirigíveis. Ajude a resistência**. Disponível em: <https://www.epicgames.com/fortnite/pt-BR/battle-pass>. Acesso em: 11 abr. 2022.

FRAGOSO, Suely; AMARO, Mariana. **Introdução aos estudos dos jogos** [recurso eletrônico]. Salvador: EDUFBA, 2018.

FREIRE, Danilo. **Beasts of Prey or Rational Animals? Private Governance in Brazil's Jogo do Bicho**. SocArXiv. 2019. Disponível em: <https://osf.io/preprints/socarxiv/se2jr>. Acesso em: 01 mar. 2022.

GANIKO, Priscila. **Eletronic Arts diz que loot boxes são "mecânicas de surpresa"**. JovemNerd. 20/06/2019. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/electronic-arts-diz-que-loot-boxes-sao-mecanicas-de-surpresa/>. Acesso em: 2 abr. 2022.

GAGLIANO Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Contratos: teoria geral**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

GENTILE, Douglas A.; SWING, DOuglas L.; LIM, Choon Guan; KHOO, Angeline. **Video game playing, attention problems, and impulsiveness: evidence of bidirectional causality.** Psychology of Popular Media Culture. 2012. Vol. 1,n. 1. P. 62-70.

GIARDINA, Alessandro; DI BLASI, Maria; SCHIMMENTI, Adriano; KING, Daniel L.; STARCEVIC, Vladan; BILLIEUX, Joel. **Online gaming and prolonged self-isolation: Evidence from Italian gamers during the COVID-19 outbreak.** [College of Education, Psychology and Social Work](#). Fev/2021.

GIBSON, Ellie. **Boris Johnson slams videogames.** 05/01/2007. GameIndustry.biz. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/articles/boris-johnson-slams-videogames>. Acesso em: 02 fev. 2022.

GILLIAN, Ryan. **World of Warcraft no longer requires a game purchase, just a subscription.** 17/07/2018. Polygon. Disponível em: <https://www.polygon.com/2018/7/17/17583338/world-of-warcraft-legion-battle-chest-subscription-only>. Acesso em: 14 marc. 2022.

GOEKING, Weruska; **Brasileiros fazem renda extra com jogo de NFT e driblam crise da covid-19.** Valor investe. 05/07/2021. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/cripto/noticia/2021/07/05/brasileiros-fazem-renda-extra-com-jogo-de-nft-e-driblam-crise-da-covid-19.ghtml>. Acesso em: 17 mar. 2022.

GOOGLE PLAY. **Termos de Serviço do Google Play.** Atualizado até 04/08/2020. Disponível em: [https://play.google.com/intl/pt-BR\\_br/about/play-terms/](https://play.google.com/intl/pt-BR_br/about/play-terms/). Acesso em: 22 abr. 2022.

GOMES, Alexandre Figueiredo. **Os impactos das loot boxes na formação social e psicológica do consumidor infantojuvenil e a necessidade de fiscalização pelos instrumentos da política nacional.** 2018. Monografia de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal da Bahia. Salvador.

GREENPAUL, Raquel; DELFABBRO, Paul H.; KING, Daniel L. **Player-avatar interactions in habitual and problematic gaming: A qualitative investigation.** Julho, 2021. [Journal of Behavioral Addictions](#) 10(2):223-233.

GREENWALD, Will. **Get Your Games Here: The Best of Online Game Stores.** 16/11/2011. Disponível em: [Get Your Games Here: The Best of Online Game Stores | PCMag](#). Acesso em: 11 abr. 2022.

GRIFFITHS, M. D. **Adolescent gambling.** 1995. Routledge.

GRIFFITHS, Mark D. **Social gambling via Facebook: Further observations and concerns.** 2013. Gambling Law Review and Economics, 17, 104–106.

GRIFFITHS, Mark D. **Is the buying of loot boxes in videogames a form of gambling or gaming?.** 2018. Gaming Law Review. 22(1): pp. 52-54. 22.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; NERY JR, Nelson; DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 10 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011. Volume 1

HILMAN, Serena; ZAMMITTO, Veronica. **Diary methods in AAA games user research**. Conference Paper - CHI '16. Maio de 2016.

HING, Nerilee; ROCKLOFF, Matthew; RUSSEL, Alex M.; BROWNE, Matthew; NEWALL, Philip; GREER, Nancy; KING, Daniel L.; THORNE, Hannah. **Loot box purchasing is linked to problem gambling in adolescents when controlling for monetary gambling participation**. Journal of Behavioral Addictions. Abril 2022.

HODAPP, Eli. **“We Own You”** – Confessions of an Anonymous Free to Play Producer. 16/09/2015. Disponível em: <https://toucharcade.com/2015/09/16/we-own-you-confessions-of-a-free-to-play-producer/>. Acesso em: 8 dez. 2021.

HODAPP, Eli. **“We Own You”** – Confessions of an Anonymous Free to Play Producer. 16/09/2015. Disponível em: <https://toucharcade.com/2015/09/16/we-own-you-confessions-of-a-free-to-play-producer/>. Acesso em: 8 dez. 2021.

HODGE, Sarah E.; VYKOUKAL, Max; MCALANEY, John; BUSH-EVANS, Reece D.; WANG, Ruijie; ALI, Raian. **What’s in the box? Exploring UK players’ experiences of loot boxes in games**; the conceptualisation and parallels with gambling. Fevereiro, 2022. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0263567>. Acesso em: 12 mar. 2022.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. Trad. João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2005.

HUMPHRIES, Matthew. **Xbox Game Pass Launches June 1. 24/05/2017. PCGamer**. Disponível em: <https://www.pcmag.com/news/xbox-game-pass-launches-june-1>. Acesso em: 14 abr. 2022.

IGN. **Os 10 jogos mais caros já feitos**. 25/06/2021. Disponível em: <https://br.ign.com/games/90596/story/os-10-jogos-mais-caros-ja-feitos>. Acesso em: 14 dez. 2021.

JEWELL, Catherine. **Video games: 21st century art**. WIPO Magazine. Agosto, 2012. Disponível em: [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2012/04/article\\_0003.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2012/04/article_0003.html). Acesso em: 23 abr. 2022.

JOGADORES ANÔNIMOS. Disponível em: <https://jogadoresanonimos.com.br/>. Acesso em: 3 fev. 2022.

JOLLS, Christine; SUSTEIN, Cass R.; THALER, Richard. **A behavioral approach to law and economics**. 1998. Stanford Law Review 1471. Disponível em: [https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=12172&context=journal\\_articles](https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=12172&context=journal_articles). Acesso em: 26 dez. 2021.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. **Prospect Theory: na analysis of decision under risk**. *Econometrica*, vol. 47, n. 2. Março de 1979.

KIM, Hyoun S. **Social Casino Games: Current Evidence and Future Directions**. 2015. Disponível em: [https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/Kim\\_\(2017\)\\_Social\\_casino\\_games\\_-\\_Current\\_evidence\\_and\\_future\\_directions.pdf](https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/Kim_(2017)_Social_casino_games_-_Current_evidence_and_future_directions.pdf). Acesso em: 7 abr. 2022.

KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. **Internet Gaming Disorder: Theory, Assessment, Prevention, and Treatment**. 1ª ed. 2018. Editora: Elsevier Academic Press.

KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. **Video Game Monetization (e.g., 'loot boxes'): a Blueprint for Practical Social Responsibility Measures**. *International Journal of Mental Health and Addiction*. 2018.

KING, Daniel; DELFABBRO, Paul H. **Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder**. 2018. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/add.14286>. Acesso em 16 jun. 2021.

KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H.; GAINSBURY, Sally M.; DREIER, Michael; GREER, Nancy; BILLIEUX, Joel. **Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective**. *Computers in Human Behavior*, Volume 101, 2019. P. 131-143.

KING, Daniel L.; ACHAB, Sophia; HUGUCHI, Susumu; BOWDEN-JONES, Henrietta; MULLER, Kai W.; BILLIEUX, Joel; STARCEVIC, Vladan; SAUNDERS, John B.; TAM, Philip; DELFABBRO, Paul H. **Gaming disorder and the COVID-19 pandemic: Treatment demand and service delivery challenges**. [\*Journal of Behavioral Addictions\*](#). Abril, 2022.

KOCH, Lucy. **US Consumers Appreciate In-Game Ads: two in three would give up social, TV over mobile gaming**. 17/07/2019. EMarketer. Disponível em: <https://www.emarketer.com/content/us-consumers-appreciate-in-game-ads>. Acesso em: 5 fev. 2022.

KRISTENSEN, Joakim Hellumbraten; PALLESEN, Stale; KING, Daniel L.; HYSING, Mari; EREVIK, Eilin K. **Problematic gaming and sleep: a systematic review and meta analysis**. *Front. Psychiatry*.. Junho 2021, Volume 12.

LARCHE, Chanel J.; CHINI, Katrina; LEE, Christopher; DIXON, Mike J.; FERNANDES, Myra. **Rare Loot Box Rewards Trigger Larger Arousal and Reward Responses, and Greater Urge to Open More *Loot boxes***. *Journal of Gambling Studies*. 2019. Springer.

LARENZ, Karl. O estabelecimento de relações obrigacionais por meio de comportamento social típico (1956). Trad. Alessandro Hirata. V. 2 N. 1 (Jan-Jun 2006). P. 55-64. Disponível em: [https://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/rdgv\\_03\\_p055\\_064.pdf](https://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/rdgv_03_p055_064.pdf). Acesso em: 20 jan. 2021.

LEAGUE OF LEGENDS. **Esquadrão Anima 2022 – League of Legends**. Disponível em: <https://support-leagueoflegends.Riotgames.com/hc/pt-br/articles/4418314476051-Esquadr%C3%A3o-Anima-2022-League-of-Legends>. Acesso em: 11 abr. 2022.

LEE, Lik-Hang; BRAUD, Tristan; ZHOU, Pengyuan; WANG, Lin; XU, Dianlei; LIN, Zijun; KUMAR, Abhishek; BERMEJO, Carlos; HUI, Pan. **All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda**. Journal of Latex Class Files. Vol. 14. n. 8. Setembro, 2021.

LEOPOLDINO DA FONSECA, João Bosco. **Direito Econômico**. 9. ed. rev., atual., e ampl. – Rio de Janeiro: Forense, 2017. Recurso Digital.

LIMA, Juliana Gabrielle Freire de; ULBRICHT, Leandra; STADNIK, Adriana Maria Wan. EXERGAMES NA PREVENÇÃO DE QUEDA NOS IDOSOS.. In: Anais do I Congresso Brasileiro Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia. Anais...Diamantina(MG) Online, 2020. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/icobicet2020/266205-EXERGAMES-NA-PREVENCAO-DE-QUEDA-NOS-IDOSOS>. Acesso em: 25 mar. 2022.

LUCHESE, Fabiano; RIBEIRO, Bruno. **Conceituação de jogos digitais**. UNICAMP. Disponível em: <https://www.dca.fee.unicamp.br/~martino/disciplinas/ia369/trabalhos/t1q3.pdf>. Acesso em: 12 de maio de 2021.

LUZ, Alan Blücher da. **Video games: história, linguagem e expressão gráfica**. 2010. Editora Edgard Blücher Ltda.

**Manual de Diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5**. American Psychiatric Association. Tradução: Maria Inês Corrêa Nascimento ... et al.]. Revisão técnica: Aristides Volpato Cordioli ... [et al.]. 5. ed. Dados eletrônicos. Porto Alegre : Artmed, 2014. P; 795-798.

MACLEAN, Jean. **Call to action: loot boxes**. Nov, 2018. Disponível em: <https://members.igda.org/blogpost/1016423/313945/Call-to-Action-Loot-Boxes>. Acesso em: 3 fev. 2021.

MAGIC: THE GATHERING. **Como jogar Magic: The Gathering**. Disponível em: <https://magic.wizards.com/pt-BR/how-to-play>. Acesso em: 14 abr. 2022.

MAGRI, Diogo. **Casas de aposta esportiva tomam o Brasil, mas movimentam seus bilhões de reais fora do país.** 25/09/2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/esportes/2021-09-25/casas-de-aposta-esportiva-tomam-o-brasil-mas-movimentam-seus-bilhoes-de-reais-fora-do-pais.html#:~:text=As%20apostas%20esportivas%20s%C3%A3o%20permitidas,empr esas%20que%20realizam%20apostas%20esportivas>. Acesso em: 22 abr. 2022.

MICROSOFT. **Microsoft to acquire Activision Blizzard to bring the joy and community of gaming to everyone, across every device.** 18/01/2022. Microsoft News Center. Disponível em: <https://news.Microsoft.com/2022/01/18/Microsoft-to-acquire-activision-blizzard-to-bring-the-joy-and-community-of-gaming-to-everyone-across-every-device/>. Acesso em: 14 abr. 2022.

MICROSOFT. **Regras de uso para produtos digitais.** Disponível em: <https://support.Microsoft.com/pt-br/windows/regras-de-uso-para-produtos-digitais-regras-83812b1f-1ecd-9a46-d3a7-ad1eadce49d1>. Acesso em: 22 abr. 2022.

MILAGRES, Marcelo de Oliveira; CARVALHO, Ana Clara Mansur; PIANTINO, Anna Camila; VIDIGAL, Fernanda Marra; GONÇALVES, Laura Marques. **Jogos eletrônicos e posse digital: uma realidade possível?**. In: Direito, Tecnologia e Inovação. Vol. 1. Coord. Leonardo Parentoni. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2020. P. 87-94.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. Portaria n. 502 de 23 de novembro de 2021. Regulamenta o processo de classificação indicativa de que tratam o art. 74 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, o art. 3º da Lei nº 10.359, de 27 de dezembro de 2001, e o art. 11 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-mjsp-n-502-de-23-de-novembro-de-2021-361633258>. Consulta em: 03 fev. 2022.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. **Guia Prático de Classificação Indicativa.** 4ª ed. 2021. Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/quia-de-classificacao>. Acesso em: 7 jan. 2022.

MINISTÉRIO DO TRABALHO. **3171 - Técnicos de desenvolvimento de sistemas e aplicações.** Classificação Brasileira de Ocupações (CBO). Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/ResultadoOcupacaoMovimentacao.jsf>. Acesso em: 8 dez. 2021.

MIRANDA, Frederico S.; STADZISZ, Paulo C. **Jogo digital: definição do termo.** In: SBC Proceedings of SBGames. XVI SBGames – Curitiba – PR – Brazil, November 2nd - 4th, 2017.

MCGONIGAL, Jane. **Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World.** Penguin, London, 2011.



NASCIMENTO, Maurício Reinert do; OLIVEIRA, Josiane Silva de; CENERINO, Alessandra. **A influência da imersão social na constituição dos significados do consumo e na adoção de produtos tecnológicos por adolescentes: uma análise teórica a partir da sociologia econômica.** Perspectivas econômicas/ Revista Perspectivas Contemporâneas, v. 8, n. 2, p. 22-42, jul./dez. 2013.

NAP, Henk Herman; KORT, Yvonne A. W. de; IJSSELSTEIJN, Wijnand A. **Senior gamers: preferences, motivations and needs.** Game Experience Lab, Human-Technology Interaction Group, Eindhoven University of Technology. Eindhoven, Holanda. 2009. Disponível em: <https://journal.gerontechnology.org/archives/1054-1055-1-PB.pdf>. Acesso em 20 jan. 2022.

NEELY, Erica. **Come for the game, stay for the cash grab: the ethics of loot boxes, microtransactions, and freemium games.** ETHICOMP Conference, Poland, 2018.

NERD AO CUBO. **Escolha seu cubo: uma caixa surpresa e recheada com uma coleção de produtos geek cuidadosamente selecionados e entregues na porta da sua casa.** Disponível em: <https://www.nerdaocubo.com.br>. Acesso em: 22 jan. 2022.

NEWTON, Casey. **Mark in the metaverse: Facebook's CEO on why the social network is becoming a 'metaverse company'.** The Verge. 22 jul. 2021. Disponível em: <https://www.theverge.com/22588022/mark-zuckerberg-facebook-ceo-metaverse-interview>. Acesso em: 5 ago. 2021.

NEWZOO. **Top 25 public companies by game revenues.** 2022. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

NIEBORG, David. **From premium to freemium: the political economy of the app.** In T. Leaver & M. Willson (Eds.), *Social, Casual and Mobile Games: The Changing Gaming Landscape* (pp. 225–240). 2016. London and New York: Bloomsbury Academic.

NIEBORG, David B. **Prolonging the Magic: the political of the 7th generation console game.** Dezembro. *Eludamos: Journal for Computer Game Culture*. Vol. 8, n. 1. 2014. P. 47-63.

NIELSEN, Rune Kristian Lundedal; Grabarczyk, Paweł. **Are loot boxes Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games.** DIGRA - Digital Games Research Association. 2019. Disponível em: <http://todigra.org/index.php/todigra/article/view/104>. Acesso em: 21 ago. 2021.

OMELETE&CO. **Omelete Box: o universo geek dentro de sua casa.** Disponível em: <https://www.omeletecompany.com/varejo>. Acesso em: 22 jan. 2022.

OTTO, Renè. **Dutch Gambling Authority vs Electronic Arts, and the future of loot boxes.** 25/04/2022. GameIndustry.biz. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2022-04-25-dutch-gambling-authority-vs-electronic-arts-the-end-of-loot-boxes-as-legislative-black-boxes>. Acesso em: 25 abr. 2022.

PAIVA, Leandro. **Kapital: Sparks of Revolution é lançado para PC.** 28/04/2022. Disponível em: <https://pizzafria.ig.com.br/news/kapital-sparks-of-revolution-lancado-pc/>. Acesso em: 28 abr.2022.

PARENTONI, Leonardo. **Direito de arrependimento na internet e estabelecimento virtual.** Repertório de Jurisprudência IOB. São Paulo, v. III, n. 16, p. 514-517, ago. 2006.

PASCUAL, Katrina. **‘Fortnite’ Addiction Now A Recognized Mental Health Disorder: What Health Experts Say.** 28/06/2018. TechTimes. Disponível em: <https://www.techtimes.com/articles/231363/20180628/fortnite-addiction-now-a-recognized-mental-health-disorder-what-health-experts-say.htm>. Acesso em: 02 fev. 2022.

PLAY VALORANT. **O que é o passe de batalha no Valorant?** 02/06/2020. Disponível em: <https://playvalorant.com/pt-br/news/game-updates/o-que-e-o-passe-de-batalha-de-valorant/>. Acesso em: 11 abr. 2022.

PERKS, Matthew. **Why a conversation around loot Box regulation, responsibility, and harm needs to be happening.** A Medium Corporation. 2017. Disponível em: [https://medium.com/@perks\\_matthew/why-a-conversation-around-loot-box-regulation-responsibility-and-harm-needs-to-be-happening-636acf0e99ba](https://medium.com/@perks_matthew/why-a-conversation-around-loot-box-regulation-responsibility-and-harm-needs-to-be-happening-636acf0e99ba). Acesso em: 14 jun. 2021.

PERKS, Matthew. **How does games critique impact game design decisions? A case study of monetization and loot boxes.** 2019. Games and Culture, 15(8).

PRYBYLSKI, Andrew K.; MISHKIN, Allison F. **How the Quantity and Quality of Electronic Gaming Relates to Adolescents’ Academic Engagement and Psychosocial Adjustment.** Janeiro, 2015. *In: Psychology of Popular Media Culture* 5(2). Washington, DC.

PRZYBYLSKI, Andrew K.; WEINSTEIN, Netta; MURAYAMA, Kou. **Internet gaming disorder: investigating the Clinical Relevance of a New Phenomenon.** Disponível em: <https://ajp.psychiatryonline.org/doi/10.1176/appi.ajp.2016.16020224>. Acesso em: 3 fev. 2022.

RAMGOBIN, Ryan. **Boris Johnson stars in a Minecraft video to promote London Games Festival.** 20/01/2016. Independent. Disponível: <https://www.independent.co.uk/games/boris-johnson-stars-in-a-minecraft-video-to-promote-london-games-festival-a6822566.html>. Acesso em: 03 fev. 2022.

RAMOS; Andy; LOPEZ, Laura; RODRIGUEZ, Anxo; MENG, Tim; ABRAMS, Stan. **The Legal Status of Video Games: Comparative Analysis in National Approaches.** WIPO. Disponível em: [https://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/creative\\_industries/pdf/video\\_games.pdf](https://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/creative_industries/pdf/video_games.pdf). Acesso em: 22 abr. 2022.

RECUERO, Raquel. **Jogos e práticas sociais no Facebook: um estudo de caso do Mafia Wars.** In: ANDRADE, Luiz Adolfo; FALCÃO, Thiago (Org.). Realidade Sintética: Jogos Eletrônicos, Comunicação e Experiência Social.. 1 ed. São Paulo: Scortecci, 2012, v. 1.

REIS, Émilien Vilas Boas Reis; GUSMÃO, Leonardo Cordeiro de. **Libet, determinismo e consumo: as influências do marketing e a relevância da deliberação consciente na superação condicional de hábitos de consumo perigosos.** In: Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018.

REHBEIN, Florian; KLIEM, Soren; BAIER, Dirk; MOßLE, Thomas; & PETRY, Nancy. **Prevalence of internet gaming disorder in German adolescents: Diagnostic contribution of the nine DSM-5 criteria in a statewide representative sample.** 2015. *Addiction*, 110, 842–851

RETONDAR, Jeferson José Moebus. Teoria do jogo: a dimensão lúdica da existência humana. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

RICHARD, Jeremy. **From play-to-win to pay-to-win: the trap of “loot boxes” in videogames.** Youth Gambling International Newsletter. 2018. Disponível em: Acesso em 14 jun. 2021.

RIGUES, Rafael. **Cyberpunk 2077: gamers desapontados com o jogo poderão pedir reembolso.** Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2020/12/14/noticias/gamers-desapontados-com-cyberpunk-2077-poderao-pedir-reembolso/>. Acesso em: 18 abr. 2022.

RIBEIRO, Marcia Carla; DOMINGUES, Victor Hugo. **Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança.** Revista Brasileira de Políticas Públicas. Economia comportamental e direito: a racionalidade em mudança. Org. Marcia Clara Pereira Ribeiro e Victor Hugo Domingues. V. 8, n.2. 2018. P. 458.

RIOT GAMES. **Política de Reembolso Global.** Disponível em: <https://www.Riotgames.com/pt-br/global-refund-policy-BR>. Acesso em: 22 abr. 2022.

ROBERTS, Michael J. **The politics of playtime: reading Marx through Huizinga on the desire to escape from ordinary life.** *American Journal of Play*, Vol. 11. n. 1. P. 44-64. 2018.

ROCHA, Luiz Alberto G. S.; MAZIVIERO, Luiza Nobre. Por um clique: como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais possibilita o “consentimento involuntário” de fornecimento de informações de particulares às empresas. *In: Direito do consumidor digital*. Coord: Denis Verbicaro, Loiane Verbicaro, Janaína Vieira. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020.

RODRIGUES, Luiz; TODA, Armando M.; OLIVEIRA, Wilk; PALOMINO, Paula T.; AVILA-SANTOS, Anderson P.; ISOTANI, Seiji. **Gamification Works, but How and to Whom?: An Experimental Study in the Context of Programming Lessons**. SIGCSE: The 52nd ACM Technical Symposium on Computer Science Education. Março de 2021. USA. Conference Paper.

ROSA, Vinicius Vidal. **Electronic Arts remove temporariamente sistema de microtransações de Battlefield 2**. 17/11/2017. Disponível em: <https://www.salvandonerd.blog.br/eletronic-arts-remove-temporariamente-sistema-de-microtransacoes-de-battlefront-2/>. Acesso em: 5 abr. 2022.

ROSENBLATT, Kalhan. Older people are embracing video games. For some, that means stardom. NBC News. 29/08/2019. Disponível em: <https://www.nbcnews.com/tech/video-games/older-people-are-embracing-video-games-some-stardom-n1047906>. Acesso em: 22 jan. 2022.

ROSS, Donald R.; FINESTONE, Douglas H.; LAVIN, Gordon K. **Space Invaders Obsession**. Setembro de 1982. American Medical Association. Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jama/article-abstract/377399>. Acesso em: 03 fev. 2022.

ROUNDTREE, Cheyenne. **Children hooked on Fortnite will be treated on the NHS after gaming addiction is classified as medical disorder**. 17/06/2018. Dailymail UK. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-5853241/Children-hooked-Fortnite-treated-NHS-gaming-addiction.html>. Acesso em: 02 fev. 2022.

RUMPF, Hans-Jurgen; VERMULST, Ad A.; BISCHOF, Anja; KASTIRKE, Nadin; GURTLER, Diana; BISCHOF, Gallus; MEERKERK, Gert-Jan; JOHN, Ulrich; MEYER, Christian. **Occurrence of internet addiction in a general population sample: A latent class analysis**. 2014. European Addiction Research, 20, 159–166.

SADOWSKI, Jathan. **The internet of landlords: Digital platforms and new mechanisms of rentier capitalism**. 2020. Antipode, 52(2), 562-580.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of play: game design Fundamentals**. 2004. Massachusetts Institute of Technology.

SALOMÃO FILHO; Calixto; CEREZETTI, Sheila C. Neder. **Regulação e autorregulação da publicidade dirigida a crianças e adolescentes**. *In: Autorregulação da publicidade infantil no Brasil e no mundo*. Isabella Henriques e Veet Vivarta (Org). São Paulo: Editora Verbatim. Instituto Alana, 2017.

SCHMIDT NETO, André Perin; FACCHINI NETO, Eugênio. **Ensaio jurídico sobre a racionalidade humana: maiores, capazes e irracionais**. Revista Brasileira de Políticas Públicas. V. 8, n.2. 2018.

SECK, Tobias. **Q1 2021's Most Impactful PC Games: LOL, CS:GO, and Fortnite Stay on Top While COVID-19 Policies Continue to Upset the Ranking**. 2021. Disponível em: <https://archive.esportsobserver.com/q1-2021-impact-index/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

SÊCO, Thaís Fernanda Tenório. **Por uma nova hermenêutica do direito da criança e do adolescente**. Civilistica, Rio de Janeiro, a. 3, n. 2, jul.-dez./2014.

SONY. **Q3 FY2021 - Consolidated Financial Results. 2/2/22. Sony Group Corporation**. Disponível em: [https://www.Sony.com/en/SonyInfo/IR/library/presen/er/pdf/21q3\\_Sonypre.pdf](https://www.Sony.com/en/SonyInfo/IR/library/presen/er/pdf/21q3_Sonypre.pdf). Acesso em: 9 abr. 2022.

SOUZA, Washington Peluso Albino de. **Primeiras linhas de Direito Econômico**. 5ª Ed. São Paulo: LTr, 2003.

STATISTA. **Leading free-to-play (FTP) game titles worldwide in 2020, by revenue**. Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/935930/ftp-games-revenue/>. Acesso em: 23 jun. 2021.

STATISTA. **Video games: worldwide**. 2022. Disponível em: <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/worldwide>. Acesso em: 17 abr. 2022.

STATISTA. **Share of digital vs. non-digital revenue of major video game publishers worldwide in most recent fiscal year as of June 2021**. Junho, 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/234664/digital-vs-non-digital-revenue-of-global-major-video-game-publishers/>. Acesso em: 23 jun. 2021.

TAVEIRA JR, Fernando. **Bens digitais (digital assets) e a sua proteção pelos direitos da personalidade: um estudo sob a perspectiva da dogmática civil brasileira**. 1 ed. [E-book]. Porto Alegre: Revolução eBooks – Simplíssimo, 2018.

TAUSEND, Ulrich. **Casual games and gender**. 2006. Disponível em: <https://tausend-medien.de/research/Casual%20Games%20and%20Gender%20-%20Ulrich%20Tausend.pdf>. Acesso em: 12 de maio de 2021.

THALER, Richard. **Misbehaving**. Trad. George Schlesinger. 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.

THALER, Richard H; SUSTEIN, Cass R. **Nudge: como tomar decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade**. Trad.: Ângelo Lessa. 1ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.

TODA, Armando; VALLE, Pedro H. D.; ISOTANI, Seiji. **The Dark Side of Gamification: an overview of negative effects of gamification in education.** In: Higher Education for All: from challenges to novel technology - Enhanced Solutions. Editora: Springer. Agosto, 2018.

TOMASELLI, F. T.; DI SERIO, L. C.; OLIVEIRA, L. H. **Fatores Críticos para o Sucesso no Mercado de Videogames Domésticos: Sony e Microsoft na Batalha Pelo Domínio da Sala de Estar.** Anais do XXXIII EnANPAD. Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

TORHONEN, Maria; GIERTZ, Johann; WEIGER, Welf H.; HAMARI, Junho. **Streamers: the new wave of digital entrepreneurship? Extant corpus and research agenda.** Electronic Commerce Research and Applications 46 (2021). Elsevier.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. **Judgment under uncertainty: heuristics and biases.** Revista Science, New Series, Vol. 185, No. 4157. Sep. 27, 1974. P. 1124-1131.

U.S. GOVERNMENT PUBLISHING OFFICE. **17 U.S.C. 102 - Subject matter of copyright: In general.** Disponível em: <https://www.govinfo.gov/app/details/USCODE-2011-title17/USCODE-2011-title17-chap1-sec102>. Acesso em: 22 abr. 2022.

WERBACH, Kevin; HUNTER, Dan. **For the win: the power of gamification and Game Thinking in Business, Education, Government and Social Impact.** Editora Wharton School Press. Pensilvânia, EUA. 2ª Edição. 2020.

WILD LIFE. **Política de Privacidade.** 06 jun. 2022. Disponível em: <https://Wildlifestudios.com/policy-center/privacy-policy/?fl=pt-br>. Acesso em: 27 jun. 2022.

WIPO. **Video Games.** Disponível em: [https://www.wipo.int/copyright/en/activities/video\\_games.html](https://www.wipo.int/copyright/en/activities/video_games.html). Acesso em: 22 abr. 2022.

WHITSON, Jennifer; SIMON, Bart. **Game Studies meets Surveillance Studies at the Edge of Digital Culture:** An Introduction to a special issue on Surveillance, Games and Play. Julho, 2014. Surveillance & Society, 12(3).

WOODCOCK, Jamie. **Marx no fliperama: videogames e luta de classes.** Trad. Guilherme Cianfarani. São Paulo: SP. Editora Autonomia Literária. 1ª ed. 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics.** Versão 02/2022. Disponível em: <https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234>. Acesso em: 14 de abril 2022.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Inclusion of “gaming disorder” in ICD-11.** 2018. Disponível em: <https://www.who.int/news/item/14-09-2018-inclusion-of-gaming-disorder-in-icd-11>. Acesso em: 3 fev. 2022.

XAVIER, Guilherme. **A condição eletrolúdica: cultura visual nos jogos eletrônicos**. 2ªed. Niterói: RJ. Neolabore, 2017.

XIAO, L. Y. **Conceptualising the loot box transaction as a gamble between the purchasing player and the video game company**. International Journal of Mental Health and Addiction. Advance online publication.(2020a).

XIAO, Leon Y. **Which Implementations of *loot boxes* Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms**. In: International Journal of Mental Health and Addiction (2022).

ZAMBON, Pedro Santoro; PESSOTTO, Ana Heloíza Vita. **Estado atual da regulação da Indústria Brasileira de Jogos Digitais: entre audiovisual e software**. In: *Anais SBGames* 2019. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/201466.pdf>. Acesso em: 8 dez. 2021.

ZENDLE, David; MEYER, Rachel; OVER, Harriet. **Adolescents and *loot boxes*: links with problem gambling and motivation for purchase**. 2019. Royal Society Open Science. Disponível em: <https://royalsocietypublishing.org/doi/pdf/10.1098/rsos.190049>. Acesso em 14 jul. 2021.

ZENDLE, David. CAIRNS, Paul. ***loot boxes* are again linked to problem gambling: Results of a replication study**. PLoS ONE. 2019. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0206767>. Acesso em 14 jun. 2021.

ZENDLE, David; CAIRNS, Paul. **Paying for *loot boxes* is linked to problem gambling, regardless of specific features such as cash-out and pay-to-win**. 2020. Computers in Human Behavior. pp. 181-191.

ZUCKERMAN, Arthur. **75 Steam Statistics: 2020/2021 facts, market share & data analysis**. 15/05/2020. Disponível em: <https://comparecamp.com/steam-statistics/#TOC7>. Acesso em: 05 abr. 2022.

## REFERÊNCIAS DOS JOGOS

ASSASSIN'S CREED (franquia). Ubisoft. Montreuil, França. 2007-2020. Jogo eletrônico.

AXIE INFINITY. Sky Mavis PTE LTD.2018. Jogo eletrônico.

BURY ME, LOVE ME. The Pixel Hunt. Publ.: Playdius Entertainment. 2017. Jogo eletrônico.

CALL OF DUTY: MODERN WARFARE. Blizzard Entertainment. Irvine/CA, Estados Unidos. 2003. Jogo eletrônico.

CANDY CRUSH. King Digital Entertainment plc. St. Julian's, Malta. 2012. Jogo eletrônico.

CLASH OF CLANS. Supercell Oy. Helsinque, Finlândia. 2012. Jogo eletrônico.

COMPUTER SPACE. Nutting Associates. Mountain View/CA, Estados Unidos. 1971. Jogo arcade.

CYBERPUNK 2077. CD Projekt Red. Varsóvia, Polônia. 2020. Jogo eletrônico.

DANDARA. Long Hat House. Publ.: Raw Fury. Belo Horizonte/MG, Brasil. 2018. Jogo eletrônico.

DESTINY. Bungie, Inc. Bellevue/WA. Estados Unidos. 2014. Jogo eletrônico.

DESTINY 2. Bungie, Inc. Bellevue/WA. Estados Unidos. 2017. Jogo eletrônico.

DISCO ELYSIUM. ZA/UM. Publ.: Humble Indie Bundle. Londres, Reino Unido. 2019. Jogo eletrônico.

ELDEN RING. FromSoftware. Tóquio, Japão. 2022. Jogo eletrônico.

ESCAPE FROM TARKOV. Battlestate Games. Londres, Reino Unido. 2016<sup>407</sup>.

EVE Online. CCP Games.Reykjavik, Islândia. 2003. Jogo Eletrônico.

FIFA 18. Electronic Games. Vancouver, Canadá. 2017. Jogo eletrônico.

FORTNITE. Epic Games, Inc. Cary/NC, Estados Unidos. 2017. Jogo eletrônico.

GOD OF WAR. Santa Monica Studio. Los Angeles/CA, Estados Unidos. 2017. Jogo eletrônico.

---

<sup>407</sup> O jogo ainda está em desenvolvimento mas desde 2016 foi disponibilizado uma versão teste do jogo. Os jogadores interessados podem adquirir o jogo na condição de acesso antecipado, ou seja, clientes que o produto final ainda será entregue.



GRAND THEFT AUTO V (GTA). Rockstar Games. Nova York/NY. Estados Unidos. 2013. Jogo eletrônico.

HEARTHSTONE. Blizzard Entertainment. Irvine/CA, Estados Unidos. 2014. Jogo eletrônico.

HORIZON ZERO DAWN. Guerrilla Games. Amsterdã, Holanda. 2017. Jogo eletrônico.

INJUSTICE 2. Warner Bros. Interactive Entertainment. Burbank/CA, Estados Unidos. 2017. Jogo eletrônico.

KABUL KABOOM. Gonzalo Frasca. 2002. Jogo eletrônico.

KANDIDATOS. Shaikonina Games. Brasil. 2020. Jogo eletrônico.

LEAGUE OF LEGENDS. *Riot* Games. Santa Mônica/CA, Estados Unidos. 2009. Jogo eletrônico.

MAGIC: THE GATHERING. Wizards of the Coast. Seattle/WA. Estados Unidos. 1993. Jogo de cartas.

MASS EFFECT: ANDROMEDA. BioWare, Electronic Arts. Edmonton, Canadá. 2017. Jogo eletrônico.

MORTAL KOMBAT XI. NetherRealm Studios. Chicago/IL, Estados Unidos. 2019. Jogo eletrônico.

OVERWATCH. Blizzard Entertainment, Iron Galaxy Studios. Irvine/CA, Estados Unidos. 2016. Jogo eletrônico.

PAPERS, PLEASE. 3909 LLC. 2013. Jogo eletrônico.

PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS (PUBG). Krafton Inc. Seoul, República da Coreia. 2017. Jogo eletrônico.

POKEMON GO. *Nintendo*. 2016. Jogo eletrônico.

RING FIT ADVENTURE. The Pokemon Company, *Nintendo* Co, Ltd. Quioto, Japão. 2019. Jogo eletrônico.

ROBLOX. Roblox Corporation, San Mateo/CA, Estados Unidos. 2006. Jogo eletrônico.

SPACE INVADERS. Tomohiro Nishikado. Publ.: Atari, *Nintendo* Co, Ltd., Sega. Osaka, Japão. 1978. Jogo eletrônico.

SPACEWAR! [Steve Russell](#), [Martin Graetz](#), [Peter Samson](#), [Wayne Witaenem](#). Cambridge/MA, Estados Unidos. 1962. Jogo arcade.

THE ELDER SCROLLS: SKYRIM. Bethesda Softworks LLC. Rockville/MD, Estados Unidos. 2011.

THE LEGEND OF ZELDA: BREATHE INTO THE WILD. *Nintendo* Co, Ltd. Quioto, Japão. 2017. Jogo eletrônico.

THE REFUGEE CHALLENGE: can you break into Fortress Europe? John Domolos, Harriet Grant e Guardian Interactive Team. 2014. Jogo eletrônico.

TONIGHT WE *RIOT*. Pixel Pushers Union 512<sup>408</sup>. Publ.: Mens Interactive. Texas, Estados Unidos. 2020. Jogo eletrônico.

VALORANT. *Riot* Games. Santa Mônica/CA, Estados Unidos. 2020. Jogo eletrônico.

WORLD OF WARCRAFT. Blizzard Entertainment. Irvine/CA, Estados Unidos. 2004. Jogo eletrônico.

YOSHI'S CRAFTED WORLD. Good-Feel Co. Ltd.. Publ.: *Nintendo* Co, Ltd.. Hyogo, Japão. 2019. Jogo eletrônico.

---

<sup>408</sup> Pixel Pushers Union 512 é uma cooperativa de desenvolvedores de jogos.

## ANEXO I

### PROJETOS DE LEI SOBRE JOGOS DE AZAR NO CONGRESSO NACIONAL<sup>409</sup>

A seguir, uma tabela listando os projetos de lei propostos na Câmara dos Deputados:

Projeto de Lei	Iniciativa	Ementa	Tramitação	Observações
PL 442/91 <sup>410</sup>	Deputado Renato Vianna (PMDB/SC)	Dispõe sobre a exploração de jogos e apostas em todo o território nacional; altera a Lei nº 7.291, de 19 de dezembro de 1984; e revoga o Decreto-Lei nº 9.215, de 30 de abril de 1946, e dispositivos do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais), e da Lei nº 10.406, de 19 de janeiro de 2002 (Código Civil).	24/02/22: Encaminhado ao Senado para análise.	Texto da ementa original: Revoga os dispositivos legais que menciona, referentes à prática do "jogo do bicho".
PL 1.101/91 <sup>411</sup>	Deputado Jackson Pereira (PSDB/CE)	Dispõe sobre a criação de loteria de números, organizada nos moldes do chamado "jogo do bicho", e modifica os dispositivos legais que menciona, referentes à sua prática.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	O projeto foi desapensado do PL 442/91 em 24/02/22.
PL 1.176/91 <sup>412</sup>	Deputado Sérgio Cury (PDT/RJ)	Revoga dispositivo do Decreto-lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 - Lei das Contravenções Penais.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	O projeto foi desapensado do PL 442/91 em 24/02/22.

<sup>409</sup> A tabela está atualizada até 16/04/2022.

<sup>410</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 442/91, de 21 de março de 1991. Dispõe sobre a exploração de jogos e apostas em todo o território nacional; altera a Lei nº 7.291, de 19 de dezembro de 1984; e revoga o Decreto-Lei nº 9.215, de 30 de abril de 1946, e dispositivos do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais), e da Lei nº 10.406, de 19 de janeiro de 2002 (Código Civil). Brasília: Câmara dos Deputados, 1991. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=15460>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>411</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 1.101/91. Dispõe sobre a criação de loteria de números, organizada nos moldes do chamado "jogo do bicho", e modifica os dispositivos legais que menciona, referentes à sua prática. Brasília: Câmara dos Deputados, 1991. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=16255>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>412</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 1.176/91. Revoga dispositivo do Decreto-lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 - Lei das Contravenções Penais. Brasília: Câmara dos Deputados, 1991. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=16369>. Acesso em: 28 fev. 2022.

Projeto de Lei	Iniciativa	Ementa	Tramitação	Observações
PL 1.212/91 <sup>413</sup>	Deputado Paulo de Almeida (PTB/RJ)	Dispõe sobre a concessão para a exploração da loteria denominada Jogo do Bicho e dá outras providências.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	O projeto foi desapensado do PL 442/91 em 24/02/22.
PL 2.826/08 <sup>414</sup>	Deputado Maurício Quintella Lessa (PR /AL)	Dispõe sobre a legalização de cassinos, hotéis-cassinos e outros, no Brasil, e dá outras providências.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	
PL 6.020/09 <sup>415</sup>	Deputado Dr. Paulo César (PR/RJ)	Dispõe sobre a prática e exploração de jogos de azar e dá outras providências.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.826/08
PL 6.405/09 <sup>416</sup>	Deputado Pompeo de Mattos (PDT/RS)	Institui a Loteria Municipal de prognósticos sobre o resultado de sorteio de números, organizada nos moldes da loteria denominada "Jogo do Bicho", revoga dispositivos legais referentes a sua prática e dá outras providências.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	
PL 4.062/12 <sup>417</sup>	Deputado Manoel Junior (PMDB/PB)	Legaliza o funcionamento de cassinos em resorts.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.826/08
PL	Deputada	Dispõe sobre a exploração de	Prejudicado	

<sup>413</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 1.212/91. Dispõe sobre a concessão para a exploração da loteria denominada Jogo do Bicho e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 1991. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=16410>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>414</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 2.826/08. Dispõe sobre a legalização de cassinos, hotéis-cassinos e outros, no Brasil, e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2008. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=383539>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>415</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 6.020/09. Dispõe sobre a prática e exploração de jogos de azar e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2009. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=449161>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>416</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 6.405/09. Institui a Loteria Municipal de prognósticos sobre o resultado de sorteio de números, organizada nos moldes da loteria denominada "Jogo do Bicho", revoga dispositivos legais referentes a sua prática e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2009. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=459496>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>417</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 4.062/12. Legaliza o funcionamento de cassinos em resorts. Brasília: Câmara dos Deputados, 2012. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=548083>. Acesso em: 28 fev. 2022.

Projeto de Lei	Iniciativa	Ementa	Tramitação	Observações
1.471/15 <sup>418</sup>	Renata Abreu (PTN/SP)	jogos de azar, revoga dispositivos do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, e do Decreto-Lei nº 6.259, de 10 de fevereiro de 1944, e dá outras providências.	em face do PL 442/91 em 24/02/22.	
PL 2.903/15 <sup>419</sup>	Deputado Paulo Azi (DEM/BA)	Dispõe sobre a exploração de jogos de fortuna em todo o território nacional.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	
PL 3.090/15 <sup>420</sup>	Deputado Marcelo MAtos (PDT/RJ)	Dispõe sobre a exploração da atividade de cassino, institui a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) devida em decorrência da exploração da atividade de cassino, e dá outras providências.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.826/08.
PL 3.096/15 <sup>421</sup>	Deputado Domingos Neto (PROS/CE)	Define política pública voltada para Municípios integrantes do semiárido ou de Núcleos de Desertificação, autorizando a exploração excepcional de jogos de azar em cassinos.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.903/15.
PL 3.420/15 <sup>422</sup>	Deputado Pompeo de	Dispõe sobre a exploração de loterias, em todas as	Prejudicado em face do	Apensado ao PL 2.826/08. Foi o

<sup>418</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 1.471/15. Dispõe sobre a exploração de jogos de azar, revoga dispositivos do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, e do Decreto-Lei nº 6.259, de 10 de fevereiro de 1944, e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1234188>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>419</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 2.903/15. Dispõe sobre a exploração de jogos de fortuna em todo o território nacional. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1712434>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>420</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 3.090/15. Dispõe sobre a exploração da atividade de cassino, institui a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) devida em decorrência da exploração da atividade de cassino, e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1738833>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>421</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 3.096/15. Define política pública voltada para Municípios integrantes do semiárido ou de Núcleos de Desertificação, autorizando a exploração excepcional de jogos de azar em cassinos. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1741131>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>422</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 3.420/15. Dispõe sobre a exploração de loterias, em todas as modalidades e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em:

Projeto de Lei	Iniciativa	Ementa	Tramitação	Observações
	Mattos (PDT/RS)	modalidades e dá outras providências.	PL 442/91 em 24/02/22.	segundo PL do parlamentar visando legalizar jogos de azar.
PL 3.554/15 <sup>423</sup>	Deputado Carlos Henrique Gaguim (PMDB/TO)	Dispõe sobre a exploração das atividades de cassino em regiões de menor índice de desenvolvimento humano e com potencial de exploração turística a ser desenvolvido.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 3.096/15.
PL 3.815/15 <sup>424</sup>	Deputado Nelson Marquezelli (PTB/SP)	Altera a redação do artigo 13, do Decreto-Lei nº 204, de 27 de fevereiro de 1967 - Dispõe sobre a Exploração de Loterias e dá outras Providências.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 3.420/15.
PL 4.065/15 <sup>425</sup>	Deputado João Rodrigues (PSD/SC)	Dispõe sobre a exploração das atividades de cassino em regiões brasileiras de menor índice de desenvolvimento humano municipal.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 3.554/15.
PL 5.782/16 <sup>426</sup>	Deputado Roberto de Lucena (PV/SP)	Dispõe acerca do Decreto-Lei número 9.215, de 30 de abril de 1946, e trata da impossibilidade de legalização da exploração de jogos de azar em todo o território	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2024935>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>423</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 3.420/15. Dispõe sobre a exploração das atividades de cassino em regiões de menor índice de desenvolvimento humano e com potencial de exploração turística a ser desenvolvido. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2053335>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>424</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 3.815/15. Altera a redação do artigo 13, do Decreto-Lei nº 204, de 27 de fevereiro de 1967 - Dispõe sobre a Exploração de Loterias e dá outras Providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2057542>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>425</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 4.065/15. Dispõe sobre a exploração das atividades de cassino em regiões brasileiras de menor índice de desenvolvimento humano municipal. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível

em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2075374>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>426</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 5.782/16. Dispõe acerca do Decreto-Lei número 9.215, de 30 de abril de 1946, e trata da impossibilidade de legalização da exploração de jogos de azar em todo o território nacional, e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2016. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2091200>. Acesso em: 28 fev. 2022.

Projeto de Lei	Iniciativa	Ementa	Tramitação	Observações
		nacional, e dá outras providências.		
PL 8.972/17 <sup>427</sup>	Deputado Goulart (PSD/SP)	Revoga o Decreto Lei Nº 9215 de 30 de abril de 1946 que "Proíbe a prática ou exploração de jogos de azar em todo o território nacional".	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.903/15.
PL 9.192/17 <sup>428</sup>	Deputado Dagoberto Nogueira (PDT/MS)	Dispõe sobre a exploração das atividades de cassino em terras indígenas por grupos tribais ou comunidades indígenas.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.903/15.
PL 9.711/18 <sup>429</sup>	Deputado Professor Victório Galli (PSC/MT)	Dispõe sobre a proibição de jogos de "azar" através de participações de ligações telefônicas às emissoras de TV.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	
PL 530/19 <sup>430</sup>	Deputado Paulo Azi (DEM/BA)	Dispõe sobre a exploração de jogos de fortuna em cassinos resorts no território nacional.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 4.062/12
<a href="#">PL 2.648/19</a> <sup>431</sup>	Senador Roberto Rocha (PSDB/MA)	Dispõe sobre a exploração de cassinos em resorts instalados ou que venha a se instalar em qualquer parte do território	23/02/22: aguarda realização de Audiência	Menciona "jogo" como aqueles que serão explorados dentro do limite

<sup>427</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 8.972/17. Revoga o Decreto Lei Nº 9215 de 30 de abril de 1946 que "Proíbe a prática ou exploração de jogos de azar em todo o território nacional". Brasília: Câmara dos Deputados, 2017. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2159682>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>428</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 9.192/17. Dispõe sobre a exploração das atividades de cassino em terras indígenas por grupos tribais ou comunidades indígenas. Brasília: Câmara dos Deputados, 2017. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2163483>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>429</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 9.711/18. Dispõe sobre a proibição de jogos de "azar" através de participações de ligações telefônicas às emissoras de TV. Brasília: Câmara dos Deputados, 2018. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2168856>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>430</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 530/19. Dispõe sobre a exploração de jogos de fortuna em cassinos resorts no território nacional. Brasília: Câmara dos Deputados, 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2191374>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>431</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 2.648/19. Dispõe sobre a exploração de cassinos em resorts instalados ou que venha a se instalar em qualquer parte do território nacional, e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2019. Disponível em: [https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/136605#tramitacao\\_10170641](https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/136605#tramitacao_10170641). Acesso em: 28 fev. 2022.

Projeto de Lei	Iniciativa	Ementa	Tramitação	Observações
		nacional, e dá outras providências.	Pública.	dos cassinos.
PL 5.319/19 <sup>432</sup>	Eduardo Bismarck (PDT/CE)	Altera o Decreto Lei nº 3.688, de 03 de outubro de 1941 - Lei das Contravenções Penais, para autorizar a exploração de jogos de azar apenas em resorts de lazer e hotéis-cassino autorizados pelo Poder Executivo Federal.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.826/08.
PL 5.783/19 <sup>433</sup>	Afonso Motta (PDT/RS)	Dispõe sobre a legalização de cassinos, e hotéis-cassinos, e dá outras providências.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.826/08.
PL 585/20 <sup>434</sup>	Capitão Alberto Neto (Republic/AM)	Dispõe sobre a legalização de cassinos no Estado do Amazonas e dá outras providências.	Prejudicado em face do PL 442/91 em 24/02/22.	Apensado ao PL 2.826/08.
<a href="#">PL 4.495/20</a> <sup>435</sup>	Senador Irajá (PSD/TO)	Dispõe sobre a expansão do turismo no País através da implantação de resorts integrados em todo o território nacional.	13/08/2021: no Plenário do Senado aguardando parecer do relator.	Além de definir "cassino", o PL omite na ementa a palavra, referindo-se apenas a "resort integrado". No art. 3º define que isso se refere, no caso, a resorts integrados com cassino.
PL	Eduardo	Altera a Lei nº 11.771, de 17	Prejudicado	Apensado ao PL

<sup>432</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 5.319/19. Altera o Decreto Lei nº 3.688, de 03 de outubro de 1941 - Lei das Contravenções Penais, para autorizar a exploração de jogos de azar apenas em resorts de lazer e hotéis-cassino autorizados pelo Poder Executivo Federal. Brasília: Câmara dos Deputados, 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2222806>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>433</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 5.783/19. Dispõe sobre a legalização de cassinos, e hotéis-cassinos, e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2227749>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>434</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 585/20. Dispõe sobre a legalização de cassinos no Estado do Amazonas e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2238641>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>435</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 4.495/20. Dispõe sobre a expansão do turismo no País através da implantação de resorts integrados em todo o território nacional. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/144605>. Acesso em: 28 fev. 2022.



<b>Projeto de Lei</b>	<b>Iniciativa</b>	<b>Ementa</b>	<b>Tramitação</b>	<b>Observações</b>
5.234/20 <sup>436</sup>	Bismarck (PDT/CE)	de setembro de 2008 e o Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 para permitir o enquadramento de hotéis-cassinos como prestadores de serviços turísticos.	em face do PL 442/91 em 24/02/22.	2.826/08. É o segundo projeto da mesma matéria apresentado pelo parlamentar.
PL 186/14				

Já no Senado Federal tramita o seguinte projeto de lei:

<b>Projeto de Lei</b>	<b>Iniciativa</b>	<b>Ementa</b>	<b>Tramitação</b>	<b>Observações</b>
PL 186/14 <sup>437</sup>	Senador Ciro Nogueira (PP/PI)	Dispõe sobre a exploração de jogos de azar em todo o território nacional.	Aguarda deliberação do Senado desde 09/08/2021.	

<sup>436</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 5.234/20. Altera a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 e o Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 para permitir o enquadramento de hotéis-cassinos como prestadores de serviços turísticos. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/144605>. Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>437</sup> BRASIL, Senado Federal. Projeto de Lei n. 186/14. Dispõe sobre a exploração de jogos de azar em todo o território nacional. Brasília: Senado Federal, 2014. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/117805>. Acesso em: 28 fev. 2022.