



**FACULDADE BAIANA DE DIREITO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**MATEUS ABUDE EUSTÁQUIO FONSECA**

**JOGOS ELETRÔNICOS E VULNERABILIDADE DO  
CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS ABUSIVAS  
À LUZ DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA**

Salvador

2023

**MATEUS ABUDE EUSTÁQUIO FONSECA**

**JOGOS ELETRÔNICOS E VULNERABILIDADE DO  
CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS ABUSIVAS  
À LUZ DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA**

Monografia apresentada ao curso de graduação em direito, Faculdade Baiana de Direito, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador: Professor Mestre Diogo Assis Cardoso Guanabara.

Salvador

2023

## Termo de Aprovação

**MATEUS ABUDE EUSTÁQUIO FONSECA**

### **Jogos eletrônicos e vulnerabilidade do consumidor: Uma análise das práticas abusivas à luz da legislação consumerista**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em direito, Faculdade Baiana de Direito, pela seguinte banca examinadora:

Nome: \_\_\_\_\_

Titulação \_\_\_\_\_ e

Instituição: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Titulação \_\_\_\_\_ e

Instituição: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Titulação \_\_\_\_\_ e

Instituição: \_\_\_\_\_

Salvador, \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha família, Josué Amaral Fonseca, Renata Abude Eustáquio Fonseca e Malu Abude Eustáquio Fonseca pelo imenso suporte durante toda minha vida, ainda que eu tenha uma grande dificuldade de externalizar essa gratidão. Não seria possível passar por todas as adversidades nesse longo caminho sem esse apoio.

Agradeço a minha namorada, Marina de Araujo Pamplona, que é uma grande motivação para me fazer uma pessoa melhor e garantir minha estabilidade emocional.

Agradeço aos meus amigos da faculdade, em especial Breno Duarte, Carlos Eduardo Lopes, Vinícius Simões, Marina Libório, Ingrid Miranda e Igor Machado, que caminharam ao meu lado durante o curso, auxiliaram e me fizeram uma pessoa mais completa, pois nada nessa vida faz sentido sem ter alguém para compartilhar as vivências.

Por fim, agradeço ao meu professor e orientador Diogo Guanabara, que permitiu a realização e concretização deste trabalho ao longo de meses de apoio com direcionamentos fundamentais.

“Tudo que temos que decidir é o que fazer com o tempo que nos é dado.”

J. R. R. Tolkien

## RESUMO

Esse trabalho tem como objetivo analisar e compreender os problemas em torno das práticas abusivas que afetam o consumidor no contexto dos jogos eletrônicos bem como a repercussão jurídica no Brasil e no mundo de como minimizar esses efeitos. A hipótese central investigada é que essas práticas abusivas ainda não estão sendo devidamente abordadas pelo ordenamento jurídico, o que gera um grande potencial lesivo ao consumidor. A pesquisa bibliográfica foi o principal tipo de pesquisa adotado e os dados obtidos serão analisados qualitativamente para que se possa entender, avaliar e interpretar as informações consultadas que embasam as hipóteses formuladas. Para melhor investigação, o trabalho foi concebido da seguinte forma: primeiramente serão apresentados os conceitos de direito do consumidor que serão utilizados ao longo do trabalho; em seguida será apresentado o contexto em que as práticas abusivas são encontradas nos jogos eletrônicos; por fim será analisado na prática as situações concretas e a existência ou não de legislações que tratam dessas hipóteses.

**Palavras-chave:** Práticas Abusivas; Jogos Eletrônicos; Direito do Consumidor.

## **ABSTRACT**

This work has the objective to analyze and comprehend the problems around the abusive practices that affect the consumer in the context of electronic games as well as the legal repercussions in Brazil and the world in order to minimize its effects. The central hypothesis investigated is that those practices are still not properly addressed by the legal order, which makes a huge harmful environment to the consumer. Bibliographic research will be the main type of research adopted and the data obtained will be analyzed qualitatively, so that it is possible to understand, evaluate and interpret the information from the sources consulted that support the hypothesis formulated. In order to improve the investigation, this work was structured as follows: first there will be introduced the concepts of consumers rights that will be used across the work; then it will be introduced the context in which the abusive practices are found on the electronic games; lastly it will be analyzed, in practice, the concrete situations and whether there are legislations that deal this situation or not.

**Key-words:** Abusive Practices, Electronic Games, Consumers Right.

## Lista de Abreviações e Siglas

art	artigo
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CF/88	Constituição Federal de 1988
DLC	Downloadable Content
EA	Electronic Arts
PL	Projeto de Lei
STF	Supremo Tribunal Federal



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>1. PRÁTICAS ABUSIVAS NO DIREITO DO CONSUMIDOR.....</b>	<b>13</b>
1.1 INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	13
1.2 VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR.....	14
1.3 HIPOSSUFICIÊNCIA DO CONSUMIDOR.....	16
1.4 PRÁTICAS ABUSIVAS.....	19
<b>1.4.1 Critérios comuns para interpretar práticas abusivas.....</b>	<b>22</b>
<b>1.4.2 Classificações.....</b>	<b>23</b>
<b>2. O CONTEXTO DOS JOGOS ELETRÔNICOS E SUAS PRÁTICAS.....</b>	<b>25</b>
2.1 MECANISMOS DE MONETIZAÇÃO UTILIZADOS.....	26
2.2 COMPRAS INTERNAS.....	28
2.3 CONCEITO E CARACTERÍSTICAS DAS LOOT BOXES.....	32
2.4 MONETIZAÇÃO PREDATÓRIA.....	36
<b>3. (DES)REGULAÇÃO JURÍDICA BRASILEIRA SOBRE AS PRÁTICAS ABUSIVAS NO CONTEXTO DOS JOGOS ELETRÔNICOS.....</b>	<b>38</b>
3.1 DIREITO DE ARREPENDIMENTO.....	39
3.2 PUBLICIDADE ENGANOSA.....	44
3.3 PRINCÍPIO DA CONFIANÇA.....	46
3.4 REGULAMENTAÇÕES REFERENTES A LOOT BOXES.....	49
<b>3.4.1 Regulamentações Internacionais Referentes a Loot Boxes.....</b>	<b>51</b>
<b>3.4.2 Loot Boxes e Jogos de Azar.....</b>	<b>55</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>59</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>62</b>

## INTRODUÇÃO

Segundo Aristóteles, o homem é um ser social. Dentro desta noção de interagir socialmente, o ser humano desenvolveu diversas formas de promover a interação entre seus semelhantes. Em meio aos estresses e desconfortos que o cotidiano pode ocasionar, tão importante quanto a comida e a água que funcionam como combustível para o funcionamento físico, químico e biológico é de suma importância, também, buscar meios de entretenimento para distrair a mente dessas questões.

Os romanos já entendiam há dois mil anos atrás que o circo tinha a mesma importância do pão, neste caso em uma perspectiva de controle social. Já partindo para uma análise do entretenimento como fim em si mesmo, muito se aprimorou neste segmento ao longo das eras de evolução da humanidade. A vontade humana de criar e participar de jogos data desde as primeiras civilizações, sendo encontrados artefatos arqueológicos que demonstram que jogos eram criados e consumidos por indivíduos em diferentes marcos geográficos e temporais.

Os avanços tecnológicos ao longo de séculos também influenciou, por consequência, a maneira que tais jogos eram concebidos. No momento em que a ciência da computação tornou-se realidade para o público geral, e não somente como ferramenta de pesquisa restrita para empresas e governos, novas possibilidades surgiram para o entretenimento. Deste modo, surgiram os primeiros exemplares de jogos eletrônicos, hoje popularmente conhecidos como videogames.

Esta área, por si só, em 2023 já é considerada o meio de entretenimento mais lucrativo existente. Todavia, talvez pelo preconceito ainda existente quanto à vinculação de jogos eletrônicos com um público alvo infantil, percebe-se que as legislações, em especial os direitos consumeristas, não acompanharam proporcionalmente esse crescimento exponencial. Dessa forma, o número de práticas abusivas nesse meio não só cresceu consideravelmente, como também encontrou uma certa estabilidade, tendo em vista que tais abusos não eram alvos de debates jurídicos mais aprofundados.

Nos últimos 4 anos foi possível identificar diversos países, principalmente no continente europeu, aprofundando mais o olhar para as práticas abusivas no ambiente dos videogames. Esse olhar requer demasiada atenção, tendo em vista

que as empresas e distribuidoras tentam mascarar suas tentativas de enganar o consumidor final com a roupagem da atividade lúdica, como se fosse natural e esperado para que determinado jogo possua tal característica. Em contrapartida, esse debate encontrou a luz nos últimos anos não só por conta da colossal notoriedade alcançada por essa indústria, mas também por gerar um grande impacto no público infantojuvenil que sequer necessita ter um console ou computador nos dias atuais para desfrutar desses jogos, basta um aparelho telefônico.

O olhar direcionado para o direito do consumidor se faz muito relevante tendo em vista que a própria concepção do mercado de videogames se encontra intimamente ligada às relações de consumo. Deste modo, os jogadores e consumidores, para esta análise, serão tratados tal como o mesmo ente. Desde a compra e venda de consoles até a utilização de serviços de assinatura de jogos na nuvem, o direito do consumidor se faz presente na vida dos jogadores, ainda que este às vezes não encontre sua devida efetividade. Diante desse ponto de partida em relação à análise jurídica, será posto como objeto de estudo principal a análise, identificação e compreensão das práticas abusivas que permeiam esse ecossistema.

Essas práticas abusivas podem ser bastante complexas e elaboradas e, como já dito, muitas vezes conseguem se infiltrar por estarem mascaradas em meio a dinâmica do jogo. Dessa forma, cabe uma análise mais detalhada de algumas dessas práticas observadas ao longo dos últimos anos, seus impactos, como a legislação observou ou deixou de observar essas condutas e, principalmente, como adequar o ordenamento para garantir que o consumidor de jogos eletrônicos seja devidamente protegido e tenha seus direitos garantidos. Sendo assim, ao longo da análise será discorrido como os países têm lidado com a mitigação e identificação das práticas abusivas, além de como isso tem impactado o jogador e o que já foi conquistado em benefício aos direitos do consumidor.

Nesse sentido, é importante destacar que a legislação consumerista brasileira tem como objetivo garantir a proteção dos consumidores contra práticas abusivas, bem como estabelecer as obrigações das empresas fornecedoras de produtos e serviços. Portanto, o respectivo tema possui um grande valor jurídico, pois busca analisar as práticas abusivas no mercado de jogos eletrônicos à luz da legislação consumerista,

contribuindo para o debate jurídico e social sobre o tema, bem como para a proteção dos direitos dos consumidores.

O tipo de pesquisa científica que será realizada durante a produção deste trabalho será predominantemente bibliográfico, pois o estudo será baseado em observância a artigos científicos publicados em revistas de renome, livros escritos por estudiosos acerca da temática, dissertações de mestrado, teses de doutorado, assim como outras fontes existentes que dissertem sobre o referido tema. Em relação ao método científico, será o hipotético-dedutivo, de Karl Popper, dado que o referido método eliminará hipóteses equivocadas. Portanto, se buscará uma solução ao problema de pesquisa através da dedução, com tentativas, hipóteses que poderão ou não ser falseadas e teorias. Outrossim, trata-se de uma pesquisa predominantemente qualitativa, por visar a interpretação, compreensão e avaliação da vulnerabilidade do consumidor em meio a jogos digitais, bem como os objetivos da Constituição Federal e à luz do Código do Consumidor.

Dessa forma, a análise proposta possui toda a relevância para buscar as devidas soluções legais diante deste cenário específico, porém com grande difusão. Diante disso, não restam dúvidas quanto a necessidade de compreender e analisar tanto as práticas abusivas, como também as propostas de resolução que sejam coerentes com as já aplicadas mundo afora e com a realidade do Brasil

Ao longo do primeiro capítulo, será estabelecida a conexão direta entre o jogador e sua condição de consumidor, bem como das devidas presunções legais a respeito do seu status, e da condição das empresas desenvolvedoras de jogos como fornecedoras. Além disso, será definido e estabelecido como a doutrina e a legislação brasileira tratam da questão das práticas abusivas. No capítulo subsequente, será apresentado o contexto do mercado de jogos eletrônicos, como sua evolução foi modificando a relação entre as empresas e os jogadores e uma apresentação de como as práticas abusivas surgiram principalmente no tocante aos modelos de monetização existentes. Por fim, no terceiro capítulo será feita uma análise jurídica relacionando o contexto do objeto de estudo com o que tem de fato ocorrido diante das práticas abusivas e se já foram apresentadas soluções para este problema.

## **1. PRÁTICAS ABUSIVAS NO DIREITO DO CONSUMIDOR**

Antes de partir diretamente para o conceito das práticas abusivas em si, é preciso antes apresentar algumas conjunturas do direito do consumidor que vão possibilitar uma interpretação e inclusão adequada deste conceito perante o ordenamento e o entendimento doutrinário. Além disso, faz-se importante correlacionar os aspectos teóricos que, em um primeiro momento, podem parecer muito abstratos com a abordagem mais concreta que será apresentada no capítulo posterior. Diante disso, resta adequado começar, de certo modo, pelas bases do entendimento do que se constitui uma relação de consumo e como os pólos dessa relação se conectam, bem como compreender suas características mais relevantes.

Também é relevante estruturar os moldes os quais o consumidor de jogos eletrônicos se encontra e como isso pode ser utilizado ao seu favor quando observado uma vantagem excessiva por parte das empresas desenvolvedoras. De qualquer modo, não se faz possível partir direto para uma análise jurídica de um contexto sem antes definir as bases norteadoras de tal estudo.

### **1.1 INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMIDOR**

O direito do consumidor busca regular as relações jurídicas que envolvem a aquisição de um produto ou serviço, tendo como norte a proteção do consumidor. Apesar do Código de Defesa do Consumidor possuir 33 anos, ainda é considerada uma das áreas mais recentes do direito, por isso surgem questões mesmo três décadas depois da instauração do código que merecem análises aprofundadas. Somente no início do século XX é que a preocupação em se criar um tratamento disciplinado para essa temática surgiu. Antes do Código de Defesa do Consumidor, havia normas de proteção ao consumidor, mas não havia a preocupação em se estabelecer uma política pública de defesa do consumidor, o que existiam eram preocupações pontuais. Além disso, as constantes evoluções mercadológicas criam uma necessidade de sempre estar atualizando os estudos deste segmento do direito civil.

As relações de consumo são traçadas por 2 pólos, o consumidor e o fornecedor. O CDC em seu artigo segundo já apresenta qual a definição de consumidor: pessoa que adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatário final.<sup>1</sup> Dessa forma, observa-se que quem compra produtos com o intuito de revender não é abarcado pela definição de consumidor segundo o código brasileiro. O fornecedor, por sua vez, encontra sua definição no artigo subsequente: toda pessoa ou ente que desenvolve atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.<sup>2</sup>

Diante desse alicerce básico introduzido logo no início do CDC que as relações de consumo são definidas, sendo o fornecedor responsável por vender o produto ou serviço para o consumidor. Entretanto, diferente de outras relações jurídicas, esta não é considerada como proporcional a ambos lados.

## 1.2 VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

O reconhecimento da condição e status de vulnerabilidade do consumidor é um dos princípios básicos que permeiam as relações de consumo. É possível identificar seu reconhecimento no Código de Defesa do Consumidor em seu art. 4, I, sendo um ponto de partida extremamente relevante para entender a abordagem jurídica perante esse tipo de relação, isso pois, a própria existência do direito do consumidor se justifica perante a condição de vulnerável do consumidor. Deste modo, entende-se que é necessária uma proteção jurídica especial.

A concepção de vulnerabilidade se faz relacionada com a noção de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica em questão, de modo que certas características e condições são inerentes ao mesmo, ou ainda que a outra parte possa ser identificada como detentora de uma posição de força ou dominância<sup>3</sup>. Dessa forma, a opção do legislador do CDC foi a presunção de vulnerabilidade do consumidor em todas as relações de consumo. Isso pois, entende-se que por

---

<sup>1</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, art 2

<sup>2</sup> Ibidem art 3

<sup>3</sup> MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 8. ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: RT, 2019. p. 198

padrão o foco de poder nas relações de consumo se encontra presente nas mãos do fornecedor, em decorrência das práticas comerciais que ditam o ritmo das relações de consumo.

Entretanto, faz-se importante a ressalva que nem todos os consumidores são considerados igualmente vulneráveis diante do fornecedor. Existem alguns critérios elaborados pela doutrina e jurisprudência que auxiliam a identificação do nível de vulnerabilidade do consumidor no caso concreto, além de identificar em qual ou quais pontos essa vulnerabilidade se manifesta.

O primeiro é a vulnerabilidade técnica, que ocorre quando o consumidor não possui os conhecimentos específicos e peculiares sobre determinado produto ou serviço. O exemplo mais comum dessa categoria é a relação entre médico e paciente, em que não se espera que o paciente entenda todas as nuances e implicações das informações clínicas. Por outro lado, é presumido que o fornecedor possui esse tipo de conhecimento a respeito de seu produto ou serviço, pois são características essenciais responsáveis por constituir a natureza do objeto da relação de consumo em questão. Além disso, há casos em que o dever de conhecimento se faz como uma extensão ao dever de cuidado, similar ao conceito de *duty of care* presente no direito norte-americano<sup>4</sup>. Por outro lado, não há o que se falar em vulnerabilidade técnica caso o consumidor possua a expertise sobre tal objeto, pois o mesmo tem o conhecimento adequado para discernir sobre tal conteúdo.

O segundo é a vulnerabilidade jurídica ou científica, que ocorre na ausência dos conhecimentos em relação aos direitos e deveres que emanam da relação de consumo, assim como da incapacidade de compreender as consequências jurídicas de determinado contrato. Como esclarece Miragem, tal vulnerabilidade só é presumida em relação ao consumidor pessoa física não especialista. Entretanto, no caso da pessoa jurídica ou consumidor especialista é plenamente razoável e coerente que lhe seja exigido os conhecimentos adequados<sup>5</sup>. Neste caso, portanto, trata-se de uma presunção relativa de vulnerabilidade.

Por fim, existe também a vulnerabilidade fática. Essa se faz como a mais ampla de todas, pois abrange de forma genérica diversas situações fáticas que possibilitam

---

<sup>4</sup> MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 8. ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: RT, 2019. p. 199

<sup>5</sup> Ibidem p. 200

reconhecer a vulnerabilidade do consumidor. Pode-se falar, então, de uma vulnerabilidade fática decorrente de um fator econômico, pois o consumidor médio não possui os mesmos meios e recursos de um fornecedor tal como uma grande rede ou multinacional. Todavia, é possível também reconhecer a vulnerabilidade fática no tocante a determinados casos práticos de situações específicas, como do consumidor-criança ou consumidor-analfabeto. Sendo assim, atesta-se a impossibilidade desses consumidores de acessar as informações bem como julgá-las adequadamente perante uma sociedade que o nível de incidência e influência da propaganda e marketing são disseminados em todos os meios possíveis.<sup>6</sup>

Diante disso, entende-se que o princípio da vulnerabilidade estabelece uma presunção absoluta de fraqueza, debilidade ou carência do consumidor, de modo que justifique e fundamente a criação e sistematização de normas que o protejam nas relações de consumo<sup>7</sup>. Entretanto, conforme demonstrado, tal vulnerabilidade pode não só variar, mas também ser relativizada em determinados casos a depender das idiosincrasias do consumidor em questão. Não se exclui, também, a possibilidade da existência mútua dos tipos de vulnerabilidade apresentados, tendo em vista que os mesmos não são excludentes, mas sim complementares.

### 1.3 HIPOSSUFICIÊNCIA DO CONSUMIDOR

O direito do consumidor procura equilibrar determinadas desproporções que podem ser geradas principalmente por conta do fator econômico e político que pode advir de uma das partes de um negócio jurídico nesta área. Nestes casos, assume-se que um dos pólos da relação jurídica se faz como hipossuficiente, ou seja, é possível que esse tipo de relação favoreça ou facilite determinados abusos e explorações. Essa desigualdade de poder pode ser percebida, por exemplo, na falta de informações claras e precisas sobre os produtos ou serviços oferecidos, nas cláusulas contratuais abusivas e nas práticas comerciais enganosas. O consumidor, muitas vezes, não tem o mesmo conhecimento técnico ou jurídico que o fornecedor e, por

---

<sup>6</sup> MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 8. ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: RT, 2019. p.200

<sup>7</sup> Ibidem p.201



isso, pode ser facilmente prejudicado, como bem explica José Geraldo Brito Filomeno:

A proteção do consumidor justifica-se exatamente pela sua posição de hipossuficiência, que é reflexo da sua maior fragilidade em face do fornecedor, seja pela sua posição econômica, seja pela sua menor capacidade técnica ou cultural<sup>8</sup>

O reconhecimento da hipossuficiência do consumidor é importante para garantir a proteção dos seus direitos e interesses nas relações de consumo, a exemplo da inversão do ônus da prova, do ponto de vista processual. O CDC estabelece uma série de normas e medidas de proteção que visam equilibrar essa relação de poder, como o direito à informação adequada e clara, o direito à reparação de danos, o direito à desistência da compra e o direito à inversão do ônus da prova em caso de litígio. Dessa forma, ao reconhecer a hipossuficiência do consumidor, o CDC busca garantir a efetividade dos direitos do consumidor e a promoção de uma relação de consumo mais justa, equilibrada e proporcional.

A análise da hipossuficiência deve ser considerada sob três perspectivas distintas, de modo semelhante como é feito com o conceito de vulnerabilidade, porém com uma abordagem distinta: econômica, informacional ou técnica e jurídica. A hipossuficiência é um conceito relacionado ao direito material, embora só possa ser avaliada dentro de um contexto jurídico processual. Ela está intrinsecamente ligada às condições pessoais do consumidor e deve ser examinada com base em sua situação social, econômica e cultural, a fim de determinar se preenche o critério estabelecido. No entanto, essa avaliação ocorre durante o processo, não existindo um procedimento específico e independente para demonstrar essa condição ao juiz, servindo apenas como um elemento que pode justificar a inversão do ônus da prova.

No primeiro aspecto, existe uma relação entre o conceito de hipossuficiência e a noção de necessitado que se aplica às partes consumidoras que não têm recursos econômicos suficientes para arcar com as despesas do processo sem comprometer seu próprio sustento e o de sua família. Portanto, ao conceder assistência judiciária à parte consumidora (por meio de órgãos estatais, privados ou advogados particulares encarregados de sua defesa) e conceder-lhe a gratuidade da justiça, o

---

<sup>8</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017, p. 30

juiz já reconhece sua hipossuficiência econômica, preenchendo parcialmente um dos requisitos do inciso VIII do artigo 6º da Lei 8.078/90.<sup>9</sup> Essa se faz como a definição clássica de hipossuficiência, porém, como há de ser observada, não é a única.

Em relação à hipossuficiência informacional (ou técnica), ela se relaciona com a capacidade da parte de compreender as informações relevantes para a defesa de seus interesses. Isso inclui a avaliação adequada de documentos, a identificação de testemunhas, a identificação de locais e situações relevantes para a prova, e a preservação adequada de objetos de prova, como documentos, registros, bens móveis, etc. A falta dessa habilidade pode criar desafios significativos para o profissional encarregado da defesa da parte e até mesmo levar a estratégias inadequadas e mal sucedidas. A hipossuficiência informacional está relacionada às condições econômicas da parte consumidora, que podem impedir a aquisição de conhecimentos básicos sobre os direitos que está buscando fazer valer. O direito do consumidor à "informação adequada" é fundamental, pois somente um consumidor bem informado pode fornecer provas eficazes para a defesa de seus direitos.<sup>10</sup>

Por fim, a hipossuficiência jurídica se refere à situação em que a parte consumidora é representada por um profissional com qualificação inadequada ou insuficiente para exercer adequadamente suas funções legais. Isso pode resultar na apresentação deficiente ou inutilizável da demanda judicial, prejudicando a proteção dos direitos do consumidor. A hipossuficiência jurídica, de certa forma, está relacionada à hipossuficiência econômica da parte consumidora, uma vez que a atuação prejudicada do consumidor no processo pode ser causada por uma intervenção inadequada do Estado ou por um advogado particular. O reconhecimento da hipossuficiência jurídica não permite ao juiz substituir automaticamente o profissional que representa a parte, mas ele pode, por sua própria iniciativa, determinar a inversão do ônus da prova, mesmo que não seja solicitado pela parte, como parte do "direito básico do consumidor" à facilitação da defesa de seus direitos, conforme previsto na Lei mencionada.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> MIRANDA, Marcelo Barça Alves de. Quem São os Consumidores Hipossuficientes nas Relações de Consumo? Jus Brasil, Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/quem-sao-os-consumidores-hipossuficientes-nas-relacoes-de-consumo/204108252>. Acesso em 09 de outubro de 2023

<sup>10</sup> Ibidem

<sup>11</sup> Ibidem

Entende-se, portanto, que esse caráter de hipossuficiência destinado ao consumidor decorre de uma clara posição dominante em negócios jurídicos dessa natureza, o que cria a noção de vulnerabilidade. esta, por sua vez, não se confunde com a hipossuficiência, sendo conceitos complementares que podem ou não coexistir. Diante disso, considerando a análise de Guilherme Fernandes Neto a respeito da formação conceitual do abuso de direito relacionado ao direito do consumidor, conceito a ser explorado no tópico seguinte, surge a partir de cinco critérios: desproporcionalidade, desvio da função social, desvio da função econômica, incompatibilidade com a equidade e incompatibilidade com a boa-fé<sup>12</sup>. A própria jurisprudência brasileira tem entendido pela aplicação da boa-fé objetiva nesse contexto, ainda mais na aplicação de práticas abusivas.

#### 1.4 PRÁTICAS ABUSIVAS

Práticas abusivas são ações comerciais que colocam o consumidor em desvantagem exagerada, interferindo em sua liberdade de escolha e prejudicando a efetividade de seus direitos. Essas práticas são proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) e podem ser percebidas em diversos setores, como vendas de produtos e serviços, relações de consumo online, publicidade e outros. São justamente dessas práticas que o CDC busca proteger o consumidor médio, tendo em vista que essas condutas exploram a vulnerabilidade e desproporcionalidade supracitadas. O professor José Geraldo Brito Filomeno acredita que as práticas abusivas se fazem como obstáculos para concretização direta da liberdade do consumidor, bem como do seu contato com os bens e serviços que fazem parte do seu cotidiano<sup>13</sup>. Importante ressaltar, também, que essas práticas podem acontecer tanto no momento posterior ou anterior à execução do contrato.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> FERNANDES NETO, Guilherme. Abuso do direito no Código de Defesa do Consumidor. Cláusulas, práticas e publicidades abusivas. Brasília: Brasília Jurídica, 1999. p 92

<sup>13</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017, p. 189

<sup>14</sup> MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 8. ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: RT, 2019. p. 383

O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, não define com muita exatidão o que são práticas abusivas. Ao invés disso, em seu artigo 39, elenca um rol exemplificativo de algumas das práticas abusivas mais comuns existentes no cotidiano das relações de consumo. Dessa forma, por consequência entende-se que nem todas as práticas abusivas existentes foram abordadas pelo referido dispositivo, podendo ser encontradas outras além das mencionadas. Por conta da não taxatividade de tal dispositivo, faz-se possível identificar outras práticas como sendo abusivas se não as elencadas, sendo um dos principais exemplos de abuso de direito a publicidade enganosa, que encontra sua respectiva previsão no art. 37, §1º da Lei nº. 8.078/90. A respeito, julgou o Superior Tribunal de Justiça (2014), em sede de Recurso Especial 1329556:

RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO INDENIZATÓRIA. PROPAGANDA ENGANOSA. COGUMELO DO SOL. CURA DO CÂNCER. ABUSO DE DIREITO. ART. 39, INCISO IV, DO CDC. HIPERVULNERABILIDADE. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. DANOS 24 MORAIS. INDENIZAÇÃO DEVIDA. DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL COMPROVADO. 1. Cuida-se de ação por danos morais proposta por consumidor ludibriado por propaganda enganosa, em ofensa a direito subjetivo do consumidor de obter informações claras e precisas acerca de produto medicinal vendido pela recorrida e destinado à cura de doenças malignas, dentre outras funções. 2. O Código de Defesa do Consumidor assegura que a oferta e apresentação de produtos ou serviços propiciem informações corretas, claras, precisas e ostensivas a respeito de características, qualidades, garantia, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, além de vedar a publicidade enganosa e abusiva, que dispensa a demonstração do elemento subjetivo (dolo ou culpa) para sua configuração. 3. A propaganda enganosa, como atestado pelas instâncias ordinárias, tinha aptidão a induzir em erro o consumidor fragilizado, cuja conduta subsume-se à hipótese de estado de perigo (art. 156 do Código Civil). 4. A vulnerabilidade informacional agravada ou potencializada, denominada hipervulnerabilidade do consumidor, prevista no art. 39, IV, do CDC, deriva do manifesto desequilíbrio entre as partes [...]. (STJ. REsp 1329556 SP (2012/0124047-6). Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva. T3 - Terceira Turma. Data do Julgamento: 25/11/2014. Data da Publicação: DJe 09/12/2014)<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> BRASIL, Recurso Especial número 1329556 da 3ª turma. Supremo Tribunal de Justiça. Brasília 2014. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/157527150/relatorio-e-voto-157527162>. Acesso em 15 de Outubro de 2023.

Dessa forma, demonstra-se a total impossibilidade de o legislador listar por meio de dispositivo todas e quaisquer possibilidades de práticas abusivas existentes. Não só é incorreto prender-se aos exemplos do art. 39, ainda que o Código de Defesa do Consumidor não carece de exemplos de práticas abusivas ao longo de seus artigos, mas também é adequado e necessário expandir o critério interpretativo. Como Benjamin, Marques e Bessa elucidam, o próprio Congresso Americano, em 1914 se pronunciou a respeito de tal dificuldade: “É impossível a composição de definições que incluam todas as práticas abusivas. Não há limite para a criatividade humana nesse campo. Mesmo que todas as práticas abusivas conhecidas fossem especificamente definidas e proibidas, seria imediatamente necessário recomeçar tudo novamente. Se o Congresso tivesse que adotar a técnica da definição, estaria trazendo a si uma tarefa interminável.”<sup>16</sup>

Sendo assim, para suprir essa demanda, surgiram norteadores para auxiliar o intérprete jurídico de como lidar com esse contexto. O primeiro seria levar em conta que toda e qualquer prática abusiva deve ser coibida e combatida, à luz do art. 6, IV. O segundo é justamente considerar o art. 39 com um auxílio de exemplos das práticas comuns e corriqueiras observadas no momento da elaboração do código. Por fim, a noção que o próprio dispositivo se faz como incompleto, demonstrada sua fluidez e flexibilidade, por exemplo, nos incisos IV e V.<sup>17</sup>

Como Bruno Miragem defende, em decorrência da natureza indeterminada e imprecisa, faz-se essencial uma interpretação sistemática do conceito de práticas abusivas em função que a repercussão para com o consumidor seja feita de forma adequada<sup>18</sup>. Portanto, não ficaria o consumidor completamente sujeito à efetividade da norma por meio do respectivo juiz sem que houvesse uma clara posição doutrinária e jurisprudencial a respeito do entendimento adequado e social do artigo 39 do Código do Consumidor. Deste modo, foram criados critérios que possibilitem a interpretação e concreção das condutas que podem ser caracterizadas como práticas abusivas.

---

<sup>16</sup> BENJAMIN, Antonio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo. IX. Práticas Abusivas In: BENJAMIN, Antonio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo Manual de Direito do Consumidor. São Paulo (SP): Editora Revista dos Tribunais. 2021. Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/secao/ix-praticas-abusivas-manual-de-direito-do-consumidor/1250397078>. Acesso em 11 de outubro de 2023.

<sup>17</sup> Ibidem

<sup>18</sup> MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 8. ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: RT, 2019. p 386

### **1.4.1 Critérios comuns para interpretar práticas abusivas**

O primeiro deles seria a anormalidade. Esta se faz presente quanto ao excesso da liberdade negocial do fornecedor em prejuízo do consumidor. Deste modo, a relação não procede conforme o princípio da razoabilidade, demonstrando que a prática se faz como anormal dentro do que se espera da boa-fé nas relações de consumo. Miragem afirma que a anormalidade pode ser verificada quando, por meio de um critério quantitativo ou qualitativo, o fornecedor busca uma vantagem manifestamente excessiva diante de sua posição dominante<sup>19</sup>. Deste modo, evidencia-se uma deslealdade negocial, em que viola-se a boa-fé e busca-se aproveitar da vulnerabilidade do consumidor.

O artigo 29 da Lei do Consumidor estipula que todas as pessoas expostas a essas práticas são consideradas equiparadas a consumidores, mesmo que não possam ser identificadas individualmente. Portanto, não se trata apenas de uma situação eventual em que consumidores são equiparados às pessoas expostas às práticas comerciais. Na verdade, assim que qualquer prática comercial ocorre, a sociedade como um todo já está sujeita a ela, mesmo que não seja possível identificar pelo menos um consumidor real que pretenda contestar essa prática. Essas práticas são classificadas como abusivas, independentemente de causarem prejuízo a um consumidor específico. Elas são consideradas assim devido ao simples fato de que excedem os limites estabelecidos pela norma de ordem pública presente no Código de Defesa do Consumidor, indo contra os princípios da boa-fé objetiva e do equilíbrio na relação de consumo, e, portanto, são consideradas ilegais. Este critério, por sua vez, é chamado de dimensão coletiva das práticas abusivas. Por exemplo, se um consumidor aceita o recebimento de um cartão de crédito em sua casa, mesmo sem tê-lo solicitado, essa aceitação não elimina a natureza abusiva da conduta do fornecedor. O exemplo citado, ainda por cima, é explicitamente proibido pelo inciso III do artigo 39 do CDC, mesmo que não resulte em nenhum dano tangível.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 8. ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: RT, 2019. p. 390

<sup>20</sup> NUNES, Luís Antônio Rizzatto. Curso de Direito do Consumidor. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

Dessa forma, não se confunde práticas abusivas com o mero inadimplemento de um contrato entre fornecedor e consumidor. A dimensão coletiva decorre justamente da identificação das práticas específicas que demonstram um padrão de conduta por parte do fornecedor que implicam em uma sanção jurídica e administrativas para reprimir sua manifestação<sup>21</sup>. Portanto, esse modus operandi busca beneficiar a coletividade como um todo, ainda que individualmente em um determinado caso concreto, tal prática não reflita em uma conduta que o consumidor em questão considere como abusiva.

O último critério diz respeito a deslealdade e violação da boa-fé. Segundo Bruno Miragem, o dever de ser leal e respeitar o consumidor implica em atitudes positivas do fornecedor, demonstrando-se ativamente colaborativo ao esclarecer e aconselhar adequadamente a decisão de compra<sup>22</sup>. Isso também, por consequência, implica no dever de abster-se de agir aproveitando-se de situações específicas do consumidor que possam afetar sua legítima liberdade negocial. Isso resta claro em diversas das hipóteses previstas no art. 39 do CDC, uma vez que o poder e privilégio do fornecedor são inerentes à sua posição. Nestes casos, não há dúvidas quanto a violação da colaboração e respeito às respectivas expectativas que se esperam de negócios dotados de boa-fé.

#### **1.4.2 Classificações**

As práticas abusivas, uma vez identificadas, podem ser classificadas de algumas formas a depender do recorte utilizado. Primeiramente, em relação ao marco temporal de onde se manifestam na escala do processo econômico produtivo comercial, podem ser produtivas ou comerciais. As práticas abusivas produtivas são aquelas abarcadas pelo art. 39, VIII: produção de produtos ou serviços em desrespeito às normas técnicas. Já as práticas comerciais seriam as demais práticas citadas nos demais dispositivos do respectivo dispositivo.<sup>23</sup>

<sup>21</sup> MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 8. ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: RT, 2019. p.392

<sup>22</sup> Ibidem. p. 393

<sup>23</sup> BENJAMIN, Antonio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo. IX. Práticas Abusivas In: BENJAMIN, Antonio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo Manual de Direito do Consumidor. São Paulo (SP): Editora Revista dos Tribunais. 2021. Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/secao/ix-praticas-abusivas-manual-de-direito-do-consumidor/1250397078>. Acesso em 11 de outubro de 2023.

Levando agora em consideração o aspecto jurídico contratual, as práticas abusivas podem surgir em diferentes marcos temporais. São chamadas de pré-contratuais quando acontecem no momento dos ajustes contratuais, antes que o negócio jurídico esteja de fato firmado entre as partes. São exemplos de práticas abusivas pré-contratuais aquelas expostas nos incisos I, II e III do art. 39 do CDC, assim como violações ao exposto no art. 40 no que se refere à elaboração de orçamento prévio. São chamadas de contratuais aquelas que aparecem no contrato propriamente dito, a exemplo da não fixação de prazo para cumprimento da obrigação (art. 39 XII) assim como as devidas ressalvas previstas no art. 51 quanto às cláusulas contratuais abusivas. Por fim, são pós-contratuais aquelas que surgem após a contratação do serviço ou da compra do produto, a exemplo da falta de peças de reposição (art. 32) e o repasse de informação depreciativa ao consumidor (art. 39, VII).<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> BENJAMIN, Antonio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo. IX. Práticas Abusivas In: BENJAMIN, Antonio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo Manual de Direito do Consumidor. São Paulo (SP): Editora Revista dos Tribunais. 2021. Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/secao/ix-praticas-abusivas-manual-de-direito-do-consumidor/1250397078>. Acesso em 11 de outubro de 2023.



## 2. O CONTEXTO DOS JOGOS ELETRÔNICOS E SUAS PRÁTICAS

O grande boom dos videogames aconteceu nos anos 1980 com a crescente quantidade de fabricantes de consoles bem como do enorme número de fliperamas lutando pela atenção dos jogadores. Esse contexto fez parte da infância de muitas crianças e adultos que se interessavam por esse entretenimento nas últimas duas décadas do último século.

Nessa perspectiva, SILVA e BARBOZA abordam a evolução dos jogos, destacando que o momento de maior destaque na história dos videogames ocorreu quando houve a migração dos fliperamas arcades para as residências por meio de consoles que utilizavam televisões como monitores de jogo e por meio de computadores pessoais, que passaram a ter capacidade tecnológica de rodar jogos cada vez mais elaborados tecnicamente.<sup>25</sup> Eles argumentam que, com a chegada dos computadores pessoais, a indústria de jogos entrou em uma nova fase, resultando no surgimento dos jogos online, o que possibilitou a interação direta de jogadores do mundo todo em um mesmo servidor. Sendo assim, o que antes só era possível por meio de dois controles conectados em um mesmo console, agora não haveria limites para a quantidade de jogadores interagindo simultaneamente bem como da sua localização. Além disso, ressaltam que os jogos ultrapassaram os limites do entretenimento, sendo atualmente utilizados como ferramentas colaborativas para educação e desenvolvimento psicossocial, estimulando características como reflexo e raciocínio lógico.

Como Anderson Schreiber esclarece, os jogos eletrônicos online são caracterizados como contratos atípicos e complexos, nos quais estão envolvidas múltiplas obrigações e contrapartidas tanto entre os consumidores e os fornecedores, quanto entre os próprios consumidores<sup>26</sup>. Além disso, alguns jogos criam verdadeiros ecossistemas com suas próprias economias, regras e negócios jurídicos. Tal como diferentes países possuem suas moedas, diferentes jogos possuem suas próprias moedas. No ambiente dos jogos eletrônicos online, o dinheiro virtual desempenha

---

<sup>25</sup> BARBOZA, Eduardo; SILVA, A. A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame. In: 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, 2014, Campo Grande. Disponível em: [https://youtu.be/\\_CkfjAdi1XA](https://youtu.be/_CkfjAdi1XA) Acesso em 16 de Maio. 2023.

<sup>26</sup> SILVA, Anderson Schreiber da. Jogos eletrônicos, dinheiro virtual e proteção do consumidor: uma abordagem jurídica. In: Revista de Direito do Consumidor, v. 102, 2016, p.22

um papel importante como uma forma de representação de valor, ele pode ser adquirido, armazenado, transferido e trocado por bens ou serviços, tanto reais como virtuais.<sup>27</sup> Isso demonstra o quanto o ambiente digital dos jogos eletrônicos se desenvolveu rapidamente ao longo das décadas, caracterizando um nível de complexidade semelhante, do ponto de vista jurídico, das relações interpessoais e negócios jurídicos encontrados fora do ambiente virtual. Dessa forma, à luz do direito do consumidor, faz-se imprescindível aprofundar a análise adequadamente, principalmente no tocante à forma como é realizada a monetização desses produtos e serviços.

## 2.1 MECANISMOS DE MONETIZAÇÃO UTILIZADOS

Conforme dito anteriormente, os diversos modelos utilizados pelas empresas distribuidoras de jogos eletrônicos ensejam uma demasiada complexidade do ponto de vista da análise dos métodos de monetização aplicados. Isso pois, ainda que se fale no mesmo modelo do ponto de vista de uma categorização, cada jogo possui seu próprio ecossistema diverso e único. Quando se fala então de jogos online, ou seja, aqueles que a base de jogadores sempre está conectada com a internet, a análise se torna ainda mais complicada, tendo em vista que a desenvolvedora pode, a cada hora se assim desejar, adicionar algo completamente novo e inusitado.

Diante disso, vale a pena ao menos citar o básico das principais maneiras que as empresas arrecadam recursos financeiros de seus usuários para que seja possível, mais adiante, compreender onde estão presentes as práticas abusivas, como identificá-las e combatê-las. Entretanto, faz-se relevante, também, analisar a evolução das práticas de monetização no mercado de videogames.

Conforme mencionado, em um primeiro momento, a maneira mais acessível de consumir jogos eletrônicos era em fliperamas e arcades. Interessante ressaltar que, por mais simples que fossem os jogos desse período por conta da limitação tecnológica, desde essa época, a indústria dos jogos eletrônicos contava com métodos e técnicas de monetização minimamente peculiares. No caso dos fliperamas, por exemplo, as empresas se viam incentivadas a desenvolver jogos

---

<sup>27</sup> SILVA, Anderson Schreiber da. Jogos eletrônicos, dinheiro virtual e proteção do consumidor: uma abordagem jurídica. In: Revista de Direito do Consumidor, v. 102, 2016, p.15

com níveis de dificuldade altíssimo, isso pois quando o jogador perdia um determinado número de vidas, caso desejasse continuar, ele era obrigado a inserir mais uma vez o crédito adquirido no fliperama, normalmente com o uso de fichas. Cabe-se ressaltar que nesse método ainda havia uma pressão psicológica exercida por meio de um contador de tempo decrescente que, mesmo que o jogador inserisse a ficha, se por ventura o tempo tivesse se esgotado todo o progresso do jogo seria perdido, sendo o indivíduo forçado a jogar desde o início. Sendo assim, durante esse contexto a monetização dos jogos não era feita por meio da aquisição do produto, mas através de uma forma de aluguel da máquina arcade, que duraria até o jogo ser concluído ou que o jogador “perdesse”, o que variava a depender do jogo em questão.<sup>28</sup>

Esse exemplo em particular não conversa muito com os dias atuais, pelo contrário, busca-se desenvolver jogos com dificuldades e mecânicas extremamente acessíveis e padronizadas para diminuir ao máximo a barreira de entrada de novos jogadores e, por consequência, vender mais unidades do jogo em questão. Entretanto, tal modelo foi relevante para a disseminação desta cultura ao redor do globo enquanto os consoles de videogame não eram uma realidade acessível para a maioria das famílias.

Após esse contexto, surgiu o modelo mais tradicional da indústria, que é simplesmente a venda direta do jogo ao consumidor final. Durante muitos anos, mais especificamente até meados dos anos 2000, essa era a única forma de se adquirir jogos em primeira mão ou ainda por meio de locadoras, tendo em vista que até esse período ainda era presente uma forte cultura de mídias físicas e a internet começava a ser uma realidade para a maioria das famílias<sup>29</sup>. Diante disso, não era viável surgir neste período sistemas de assinatura de jogos, tal como o GamePass da Microsoft, que funciona de maneira muito parecida com serviços de streaming como Netflix.

Portanto, a principal e talvez única forma de monetização das empresas de jogos eletrônicos, do final dos anos 80 até meados de 2000 era quase que exclusivamente

---

<sup>28</sup> RODRIGUES, Ricardo. Da primeira à última geração: a evolução dos jogos eletrônicos. Ingram Micro, 2021. Disponível em: <https://blog.ingrammicro.com.br/gaming/evolucao-dos-jogos-eletrnicos/>. Acesso em: 13 de Novembro de 2023.

<sup>29</sup> VIEIRA, Douglas. Saudades gamer: como as locadoras de videogames funcionavam? Voxel, 2023. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/voxel/263983-saudades-gamer-locadoras-videogames-funcionavam.htm>. Acesso em: 13 de Novembro de 2023

por meio da venda de jogos ou aluguel, o que parece óbvio, mas esse cenário veio a mudar drasticamente. Por mais tradicional que seja, esses moldes ainda são extremamente relevantes principalmente para o público de jogos offline, ou seja, que não requisitam qualquer interação com uma comunidade de outros indivíduos jogando, com a exceção do aluguel de jogos, que veio a cair em desuso gradualmente.

Na chamada Sétima Geração de Consoles, essas circunstâncias vieram a sofrer uma grande revolução. Esses consoles vinham equipados com funcionalidades e compatibilidade direta com a internet, o que possibilitou a grande inovação do surgimento de marketplaces internos, o que veio a lentamente praticamente acabar com a mídia física dos jogos, por conta do valor mais baixo e praticidade<sup>30</sup>. Esses marketplaces criaram também possibilidades que antes não existiam para as empresas desenvolvedoras, pois antes desse momento só era possível vender um jogo, teoricamente, uma única vez por usuário, e este indivíduo não iria mais consumir mais deste produto. No entanto, agora era possível criar novos conteúdos para jogos já lançados e vendê-los separadamente do chamado jogo base. Esse tipo de aquisição é chamado de “compra interna”, tendo em vista que a aquisição desse tipo de conteúdo adicional está vinculada ao jogo base, não fazendo sentido ser comprado por si só pois não seria possível utilizá-lo.

## 2.2 COMPRAS INTERNAS

Já após adquirir um determinado jogo, pode-se dividir as compras internas em dois tipos, as macrotransações e as microtransações. O primeiro seria referente à compra de expansões, conteúdos extras oferecidos pelas desenvolvedoras com o intuito de atualizar o produto com mais conteúdo e mantê-lo relevante por mais tempo. O principal representante desse tipo são as chamadas DLCs ( Downloadable Contents), ou conteúdos baixáveis. Por exemplo, o jogo base é lançado com uma campanha que dura 10 horas, seis meses após o lançamento deste jogo a empresa lança uma expansão com uma campanha adicional que dura 3 horas.

---

<sup>30</sup> RODRIGUES, Ricardo. Da primeira à última geração: a evolução dos jogos eletrônicos. Ingram Micro, 2021. Disponível em: <https://blog.ingrammicro.com.br/gaming/evolucao-dos-jogos-eletrnicos/>. Acesso em: 13 de Novembro de 2023.

No primeiro momento, a prática das DLCs parece até saudável, ora se o consumidor gostou do jogo comprado e a empresa oferece mais conteúdo de qualidade por um preço menor do que um jogo novo aparenta ser algo justo para ambas partes. Entretanto, as empresas começaram a abusar da venda de DLCs, vendendo expansões que não estavam prontas ainda ou já anunciando que determinado jogo receberia suporte de expansões antes mesmo do lançamento do produto, ou seja, retirava-se conteúdo do jogo para cobrar separadamente<sup>31</sup>. Além disso, certo tempo depois o conjunto de expansões de determinados dos jogos costumavam ultrapassar o valor do jogo base, o que se torna um pouco contraditório, tendo em vista que estas deviam ser acessórios do principal. A venda de expansões ainda é uma prática bem comum no mercado sem sombra de dúvidas, porém o que se observa é que algumas empresas mudaram a abordagem de monetização. Nestes casos, as DLCs ainda são oferecidas, mas de forma gratuita para manter o jogador ativo por mais tempo e a monetização é redirecionada às chamadas microtransações.

O segundo, por sua vez, leva esse nome por se caracterizar, teoricamente, de compras de pequeno valor ou relevância que podem constituir desde itens cosméticos, como roupas e acessórios de personagens, ou itens que vão impactar diretamente a jogabilidade, permitindo que aquele que adquiriu tenha suas capacidades potencializadas em relação aos demais. Apesar deste nome, não necessariamente são transações de valores baixos, assim como as expansões, várias das microtransações existentes ultrapassam o preço do jogo base<sup>32</sup>. Elas possuem esse nome pois tratam de operações comerciais dentro do próprio jogo, normalmente destinadas a itens cosméticos que não afetam a força e a capacidade do jogador perante os demais em casos de jogos multijogador, por exemplo. Entretanto, nos casos mais notórios que serão explorados mais adiante, observa-se uma clara tentativa de recompensar com vantagens os jogadores que se propõem a gastar enormes quantias em microtransações.

---

<sup>31</sup> NOGUEIRA, João Gabriel. Por que existem DLCs, lançamentos incompletos e tantos jogos "requeitados"? Adrenaline, 2015. Disponível em: <https://www.adrenaline.com.br/games/por-que-existem-dlcs-lancamentos-incompletos-e-tantos-jogos-requeitados/>. Acesso em 13 de Novembro de 2023.

<sup>32</sup> FILHO, Afrânio de Amorim Francisco Soares; MACHADO, Matheus Feijó; SANTIAGO, Sandro Breval; JÚNIOR, Armando Araújo de Souza. Microtransações em jogos eletrônicos: panorama do comportamento e motivações de jogadores ativos para o consumo de bens e serviços virtuais. Revista de Administração, Sociedade e Informação, 2022. Disponível em: [https://rasi.vr.uff.br/public/site/images/PDF/724\\_rasi.pdf](https://rasi.vr.uff.br/public/site/images/PDF/724_rasi.pdf). Acesso em 14 de Agosto de 2023

A categoria das microtransações, por sua vez, ainda pode ser dividida em dois modelos. No primeiro, as compras *in game* são realizadas de forma direta, ou seja, escolhe-se exatamente o que se deseja adquirir e então a compra é realizada. O segundo modelo, as compras são feitas de forma indireta, com algum elemento de aleatoriedade não possibilitando o consumidor escolher precisamente o que deseja, tendo em vista que não é possível saber precisamente o que irá receber. Este segundo modelo possui como seu principal representante as loot boxes, as quais terão um capítulo próprio por conta da sua relevância no cenário atual.

Independentemente da forma como são realizadas, é importante destacar que as microtransações tiveram sua origem nos jogos eletrônicos popularmente conhecidos como Freemium Games ou Free to Play, jogos os quais são gratuitos para jogar, com o intuito de facilitar a barreira de entrada de novos jogadores, a exemplo do extremamente popular Fortnite<sup>33</sup>. Esses jogos são monetizados principalmente por meio de compras dentro do próprio jogo e propagandas, esse último grupo se faz mais comum em jogos de dispositivos celulares. Dessa forma, esses jogos são disponibilizados gratuitamente aos usuários, porém o acesso ao conteúdo completo ocorre à medida que conteúdos adicionais são disponibilizados pelos desenvolvedores e adquiridos pelos usuários por meio das microtransações. Esse modelo de negócio é conhecido como “Jogos como Serviço” (Game as a Service), em contraste com o tradicional modelo de jogos como produto.<sup>34</sup>

O grupo das microtransações levantou muita polêmica tanto na esfera dos consumidores insatisfeitos por pagarem caro em um jogo e, ainda assim, existirem aspectos que eles só poderiam acessar se pagassem ainda mais, como também na esfera jurídica. Esse alerta foi disparado pela forma escancarada que as empresas aplicaram esse modelo nos jogos, criando o termo “pay to win” que se refere aos jogos em que só se é possível ter um desempenho competitivo em relação aos

---

<sup>33</sup> CIPOLI, Pedro. O que é Freemium?. Canaltech, 2012. Disponível em:

<https://canaltech.com.br/software/O-que-e-Freemium/>. Acesso em: 13 de Novembro de 2023.

<sup>34</sup> MENDES, Paulo R. C.; SOUZA, Welton M. de; FREITAS, Pedro V. A. de; COSTA, Carlos V. M.; OLIVEIRA, Ruy G. S. G. de; NETO, Carlos de Salles S. Um Estudo de Caso de Expressividade do Meta-Modelo de Monetização de Jogos Meta-F2P. In: Pôsteres - Simpósio Brasileiro de Sistemas Multimídia e Web (WEBMÉDIA), 2016, Teresina. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2016. p. 153-156). Disponível em:

[https://sol.sbc.org.br/index.php/webmedia\\_estendido/article/view/4904](https://sol.sbc.org.br/index.php/webmedia_estendido/article/view/4904). Acesso em: 28 de Maio de 2023.

demais jogadores caso o indivíduo esteja disposto a pagar mais por essas vantagens.<sup>35</sup>

Para Kazuo Watanabe, as microtransações em jogos eletrônicos podem ser consideradas uma prática comercial desleal e abusiva, pois empregam técnicas de manipulação psicológica para incentivar os jogadores a gastarem dinheiro em troca de vantagens virtuais desproporcionais e indevidas em relação aos demais jogadores<sup>36</sup>. Seguindo essa linha de raciocínio, esse tipo de prática se configuraria como abusiva à luz do artigo 39 do CDC, dessa forma as microtransações que permitem ao jogador adquirir vantagens desleais podem caracterizar uma possível cláusula abusiva, pois isso poderia impor um desequilíbrio contratual entre os consumidores<sup>37</sup>. Nessa mesma vertente, a doutora em direito pela UFMG Nathalia Peixoto Barbosa também defende que a venda de subseqüentes vantagens e desequilíbrios em jogos eletrônicos digitais podem sim se configurar como uma prática abusiva e deve ser combatida e protegida pelo CDC.<sup>38</sup>

De forma a traduzir melhor o impacto das microtransações na jogabilidade de determinado título, será utilizado o exemplo concreto do jogo Star Wars: Battlefront 2. Neste jogo, lançado em 2017 pela desenvolvedora Electronic Arts, os jogadores foram surpreendidos em seu lançamento com um sistema de progresso extremamente dificultado e limitado, com opções que só poderiam ser desbloqueadas mediante microtransações. Importante ressaltar que tal jogo era vendido pelo preço padrão de lançamentos AAA à época, cerca de 250 reais no Brasil. Jogadores experientes estimavam que era necessário em torno de 4.500 horas de jogatina para ter acesso a tudo que era possível desbloquear, ou investir em torno de 2.100 dólares em microtransações<sup>39</sup>. Novamente, para efeitos de comparação, o jogo de singleplayer com a maior duração registrada para se

---

<sup>35</sup> VINHA, Felipe. O que são jogos pay to win (P2W)? Entenda o que é, exemplos e polêmicas. TechTudo, 2022. Disponível em:

<https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/10/o-que-sao-jogos-pay-to-win-p2w-entenda-o-que-e-exemplos-e-polêmicas.ghtml>. Acesso em: 13 de Novembro de 2023.

<sup>36</sup> WATANABE, Kazuo. Direito do Consumidor: Teoria e Prática. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018. p. 276

<sup>37</sup> SILVA, Juliana Barbosa da. Proteção do Consumidor nos Jogos Online: Aspectos Contratuais e Regulatórios. In: Revista Brasileira de Direito do Consumidor, v. 29, n. 1, jan.-fev. 2020, p. 80

<sup>38</sup> BARBOSA, Nathalia Peixoto. A regulamentação das microtransações em jogos eletrônicos e a proteção do consumidor. In: Revista de Direito do Consumidor, v. 126, set./out. 2020, p. 309

<sup>39</sup> O SAED, Sherif. It takes over 4,500 hours of play, or \$2,100 to unlock all content in Star Wars: Battlefront 2, according to player estimates. VG24/7, 2017. Disponível em:

<https://www.vg247.com/it-takes-over-4500-hours-of-play-or-2100-to-unlock-all-content-in-star-wars-battlefront-2-according-to-player-estimates>. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

completar 100% do conteúdo disponibilizado é do jogo Persona 5 Royal, com uma duração estimada de 143 a 173 horas.<sup>40</sup>

Isto posto, observa-se que as empresas de desenvolvimento de jogos digitais exploram os anseios dos jogadores de se divertirem, desfrutarem a vida e satisfazerem seus desejos em ambientes onde possam se sentir valorizados e importantes, vinculando de certo modo a capacidade de se manter entretido com determinado produto com a necessidade de manter gastos constantes e recorrentes. Para se ter uma dimensão aproximada do tamanho que a arrecadação advinda das microtransações, um dos grandes players do mercado de jogos, a Activision, divulgou seu balanço fiscal em 2021. Dos 8 bilhões de dólares arrecadados, em torno de 5 bilhões foram receita diretamente de microtransações<sup>41</sup>. Assim, é possível perceber o quanto o foco da monetização é destinado para as microtransações.

Nas palavras de Lima: "Dessa forma, em virtude da naturalização das microtransações no mundo gamer é que se produz o acirramento dos debates acerca dos problemas que as envolvem, principalmente no seu potencial paralelo com o mundo das apostas e jogos de azar".<sup>42</sup> Diante disso, será destinada uma análise mais aprofundada a estes métodos de monetização mais adiante, tendo em vista que os impactos das microtransações, mais especificamente as loot boxes, têm ganhado uma proporção enorme em meio ao mercado e ao direito do consumidor.

### 2.3 CONCEITO E CARACTERÍSTICAS DAS LOOT BOXES

Como o conceito de microtransação já foi devidamente explicado, cabe agora explicar e destacar o conceito de Loot Box. Este termo, que em uma tradução livre se refere a uma caixa de itens, é uma das formas de microtransação mais utilizadas e a que, possivelmente, mais cria polêmicas. Esse método se assemelha bastante a

---

<sup>40</sup> SIRANI, Jordan; ROSA, Vlka. Mais de 100 horas só para a história principal! Os 11 jogos com campanhas mais longas de todos os tempos. IGN. 2023. Disponível em: <https://br.ign.com/dragon-warrior-vii/108600/lists/mais-de-100-horas-so-para-a-historia-principal-os-11-jogos-com-campanhas-mais-longas-de-todos-os-tem>. Acesso em 01 de Novembro de 2023.

<sup>41</sup> ACTIVISION BLIZZARD. 2021 Annual Report. 2022. Disponível em: <https://investor.activision.com/annual-reports>. Acesso em: 01 nov. 2023.

<sup>42</sup> LIMA, Ramon Richardson Torres. Possibilidades de regulação das loot boxes no Brasil. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Universidade de Brasília, Brasília, 2022. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/32176> Acesso em 04 de Junho de 2023.



um pacote de figurinhas, o jogo oferece uma determinada caixa que o jogador pode comprar para adquirir uma série de itens oferecidos, podendo ser comprada ou por moeda fictícia de cada jogo ou por dinheiro real. Sendo assim, tal como um pacote de figurinhas, nunca há como ter certeza do que se está comprando, é sabido o que pode vir, mas o real conteúdo de cada caixa é normalmente sortido.

Os itens adquiridos por meio dessas ações podem ser divididos em duas categorias distintas. Primeiramente, existem aqueles que servem exclusivamente para aspectos cosméticos, ou seja, alteram apenas a aparência do jogador sem ter qualquer influência no método ou forma como a jogabilidade é conduzida. Isso pode incluir, por exemplo, roupas diferentes para o personagem ou camuflagem para armas, ambas chamadas de *skins* pelos usuários <sup>43</sup>. Deste modo, ainda que esteja-se tratando de um conteúdo que de fato impacta na experiência do usuário, essa está relacionada a um panorama estético e, de certo modo, que constrói uma relação de status dentro do contexto do jogo. Via de regra, essa categoria tende a incomodar menos os jogadores, tendo em vista que não há um impacto direto na jogabilidade do jogo, não auferindo vantagens para aqueles que optarem por adquirir esses itens.

Em segundo lugar, temos os itens que têm o potencial de influenciar e manipular a experiência de jogo, tornando-a mais fácil ou vantajosa para aqueles que possuem esses itens. Um exemplo disso seria um power-up específico que aumenta a força do personagem, fornecendo uma vantagem não natural naquele momento do jogo ou ainda que não seria possível de ser atingida por outro meio diferente da aquisição de loot boxes <sup>44</sup>. Deste modo, de um ponto de vista ético, faz-se bastante injusto criar uma situação em que serão favorecidos determinados indivíduos que optaram por gastar dinheiro com vantagens funcionais em detrimento aos demais, principalmente tratando-se de um contexto de jogos multijogadores onde uma disparidade como essa impacta diretamente na experiência do usuário.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of Loot Boxes Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *Int J Ment Health Addiction* (2020). Disponível em <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00372-3>. Acesso em 02 de Junho de 2023.

<sup>44</sup> *Ibidem*

<sup>45</sup> FANTINI, Laiane Maris; FANTINI, Eduardo; GARROCHO. A Regulamentação das Loot boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. XVIII SBGames, out. 2019. p. 1254. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

Ao disponibilizar a aquisição onerosa de vantagens e atalhos aos jogadores por meio das loot boxes, as empresas desenvolvedoras acabam caindo na falácia do "sunk cost". Pois, assim, é criado um ciclo vicioso em que o jogador entende que deve gastar ainda mais com o jogo para acompanhar o progresso dos demais, caso contrário o que já foi gasto seria desperdiçado. Portanto, nota-se que existe, também, uma certa natureza predatória nesse contexto das loot boxes, o que reflete diretamente nos direitos do consumidor.<sup>46</sup>

Esse tipo de mecânica pode criar uma relação com os jogadores de dependência e vício. Dependência pois a forma de aquisição originária de determinados itens só pode ser feita por meio das loot boxes e vício pois as chances dos itens mais valiosos costumam existir em desfavor do consumidor, de forma que seja necessário a compra de inúmeras loot boxes até alcançar o item almejado e, em muitos casos, sem qualquer garantia. O próprio ministro do STF Luís Roberto Barroso demonstra sua preocupação quanto à exploração da vulnerabilidade do consumidor por meio da prática de loot boxes como uma forma de indução a um gasto descontrolado e, ainda por cima, com uma recompensa incerta dependente do acaso.<sup>47</sup> Dessa forma, caso o indivíduo queira possuir um item específico que só é oferecido pelo jogo por meio de loot boxes, esse deverá comprar quantas caixas forem necessárias até que tal item seja retirado e sem qualquer garantia que esse feito irá acontecer.

A grande diferença da analogia com um pacote de figurinhas é que, para este, existem algumas normas como a lei 9.340/96 do Estado de São Paulo em seu artigo 2 que veda a existência de figurinhas raras.<sup>48</sup> Dessa forma, em um pacote de figurinhas, sabemos que a probabilidade de tirar qualquer uma individualmente é a mesma de qualquer outra, todas são ofertadas na mesma quantidade. Entretanto, no caso das loot boxes, não só as empresas não costumam divulgar as probabilidades,

---

<sup>46</sup> FANTINI, Laiane Maris; FANTINI, Eduardo; GARROCHO. A Regulamentação das Loot boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. XVIII SBGames, out. 2019. p. 1254. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

<sup>47</sup> BARROSO, Luís Roberto. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Saraiva Educação, 2019

<sup>48</sup> BRASIL, Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Lei 9.340 de 09 de Janeiro de 1996. Dispõe sobre o comércio de álbuns de figurinhas, no Estado de São Paulo. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo 1996. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/1996/lei-9340-09.01.1996.html>. Acesso em 09 de dezembro de 2023.

como também fazem que os melhores itens ou os mais desejados sejam mais raros que o demais, incentivando que o consumidor compre quantas unidades forem necessárias até a obtenção do item desejado.

Além disso, no caso das figurinhas, é possível que os consumidores troquem entre si as repetidas para adquirir as restantes, portanto mesmo que seja tirado algo, no primeiro momento, indesejado, o valor agregado não se perde. Já no caso das loot boxes é muito raro as empresas permitirem qualquer contato de troca dos itens entre os jogadores, conforme os já explicados modelos de microtransação, dificultando ainda mais as chances a favor do consumidor.

A prática das loot boxes se tornou tão notória e preocupante no mercado que seu conceito às vezes se confunde com a própria concepção de microtransações, tendo em vista que a primeira é o exemplo mais corriqueiro da segunda. As empresas desenvolvedoras perceberam o grande potencial de lucro com a exploração das loot boxes criando todo um modelo de jogos que orbitam essa prática. O caso que mais se encontra presente no imaginário popular da comunidade de jogadores, bem como o que mais gera impacto no Brasil é o jogo FIFA.

Muito por conta da temática do futebol, esporte mais popular ao redor do mundo, a Electronic Arts, desenvolvedora e distribuidora do jogo, conseguiu firmar o título não só como um dos jogos de esporte mais vendidos no mercado, mas como um dos jogos mais vendidos anualmente dentre todos os gêneros. A visibilidade desse caso específico é tão colossal que muitas das normas a serem analisadas a seguir foram elaboradas tendo em vista o modelo de negócios, se não inaugurado, drasticamente aprimorado e difundido pelo jogo FIFA.

O FIFA implementa as microtransações em conjunto com as loot boxes em seu principal modo de jogo: o Ultimate Team. Neste modo, jogadores são estimulados a montar seus times com as grandes estrelas do futebol e competir entre si de forma online. Faz-se possível adquirir um jogador de duas formas: a primeira delas é comprando de outro jogador que já o possui; a segunda é justamente por meio das loot boxes.<sup>49</sup> Deste modo, é possível aplicar uma analogia com o direito civil quanto às formas de aquisição da propriedade, sendo o primeiro modo derivado e o

---

<sup>49</sup> SILVA, Paulo. EA SPORTS FC 24 uma análise ao Ultimate Team. PPLWARE, 2023. Disponível em: <https://pplware.sapo.pt/jogos/ea-sports-fc-24-uma-analise-ao-ultimate-team/>. Acesso em 15 de Outubro de 2023.

segundo modo, referente às loot boxes, originário. Os chamados *packs*, nada mais são que pacotes de figurinhas com os atletas de futebol, podem ser tanto adquiridos com a moeda interna do jogo ou com dinheiro real, em ambos casos o preço é elevadíssimo e desproporcional, sem contar que a chance real de ser premiado com atletas valiosos, como Cristiano Ronaldo e Messi, é ínfima.

Para piorar a situação, cabe salientar que FIFA é um jogo de lançamento anual e todo o progresso conquistado em um jogo é completamente ignorado e desconsiderado no próximo título da franquia. Isso significa que o investimento do jogador tanto para comprar o jogo, que atualmente circula na faixa de 350 reais no lançamento, somando-se o tempo e dinheiro investido nas loot boxes fica vinculado especificamente ao título da franquia em que foram gastos, não sendo possível carregar seu progresso ao próximo jogo. Além disso, FIFA é um jogo que depende muito de seu modo online e o multijogador de qualquer jogo depende totalmente do número de jogadores, este que migra em quase totalidade para o próximo da franquia assim que é lançado. Deste modo, àqueles que não desejam comprar o FIFA do ano seguinte ficam em uma situação de refém, pois o jogo do ano anterior fica abandonado, sem atualizações de conteúdo e sem jogadores para jogar, o produto fica praticamente não funcional para sua principal finalidade.<sup>50</sup>

## 2.4 MONETIZAÇÃO PREDATÓRIA

Diante de tudo que foi exposto no tocante aos métodos de monetização que os consumidores são expostos diariamente no mercado de jogos eletrônicos, entende-se que essa reunião de métodos e táticas das empresas desenvolvedoras constitui um meio amplamente manipulador e desfavorável aos jogadores. Autores como King e Delfabbro, inclusive, criaram o termo “Monetização Predatória” para denominar essas práticas que criam um ciclo vicioso de incentivo ao gasto contínuo perante a necessidade criada de acompanhar os demais jogadores<sup>51</sup>. Dessa forma, conforme já citado anteriormente, entende-se que é possível que mecanismos como

---

<sup>50</sup> GUGELMIN, Felipe. EA vai desligar servidores de FIFA 18, 19, 20 e 21. Adrenaline, 2023.

Disponível em:

<https://www.adrenaline.com.br/games/ea-vai-desligar-servidores-de-fifa-18-19-20-e-21/>. Acesso em 15 de Outubro de 2023.

<sup>51</sup> D. L. King and P. H. Delfabbro, Predatory monetization schemes in video games (e.g. ‘loot boxes’) and internet gaming disorder. *Addiction*, 113(11), 2018, p.1967-1969.

as loot boxes possam ser propostos de maneira não abusiva perante o consumidor, porém, na prática isso dificilmente é observado.

As técnicas de monetização predatória pretendem disfarçar ou ainda ludibriar o verdadeiro custo e investimento de médio a longo prazo que o jogador terá que investir em determinado jogo para alcançar suas devidas pretensões<sup>52</sup>. Dessa forma, o indivíduo já estaria completamente investido financeiramente e psicologicamente em um contexto a ponto de que sua saída seja dificultada. Portanto, é facilitada a barreira de entrada de tal modo que a verdade sobre a real necessidade de se continuar investindo no jogo só seja descoberta muitas horas de jogatina investidas. Essas práticas serão analisadas mais a fundo no capítulo posterior.

Além de todas as técnicas utilizadas para encorajar o gasto repentino e repetitivo dos jogadores, como a divulgação limitada do produto; sistemas que manipulam as recompensas e mudanças repentinas estruturais dos modelos de negócios, há ainda um outro grande desequilíbrio gerado: o banco de informações gerados pelas desenvolvedoras. King e Delfabbro demonstram uma conduta dos fornecedores para criar determinado produto, utilizam das preferências relacionadas ao jogador, dos recursos limitados que este possui e dos hábitos de consumo e de jogo, para oferecer presentes predeterminados para maximizar a probabilidade de provocar gastos do jogador<sup>53</sup>. Enquanto isso, a única preocupação do jogador é o ato de jogar em si, o que evidencia a assimetria informacional e de capacidade de influenciar a relação como um todo.

À luz do CDC, essa situação exposta cria um problema em relação a oferta no que tange a liberdade de escolha do consumidor, indo de encontro ao que se faz presente no art. 6, III e 30, pois o consumidor não consegue saber, com precisão, o que de fato está adquirindo<sup>54</sup>. Existem também métodos comerciais desleais,

---

<sup>52</sup> FANTINI, Laiane Maris; FANTINI, Eduardo; GARROCHO. A Regulamentação das Loot boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. XVIII SBGames, out. 2019. p. 1258. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

<sup>53</sup> D. L. King and P. H. Delfabbro, Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder. *Addiction*, 113(11), 2018, pp.1967-1969

<sup>54</sup> FANTINI, Laiane Maris; FANTINI, Eduardo; GARROCHO. A Regulamentação das Loot boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. XVIII SBGames, out. 2019. p. 1258. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

expostos no art. 6, IV do CDC que falam justamente dessa questão que se trata de estímulos visuais e sonoros que encorajam o consumidor a gastar cada vez mais exponencialmente.

Isso posto, faz-se necessário compreender e analisar como o ordenamento jurídico trata dessas práticas, bem como das carências observadas. Além disso, é de extrema relevância comparar com outros países para entender se há, de fato, um posicionamento unânime a respeito desses temas de complexidade elevada e de conclusão não necessariamente objetiva.

### **3. (DES)REGULAÇÃO JURÍDICA BRASILEIRA SOBRE AS PRÁTICAS ABUSIVAS NO CONTEXTO DOS JOGOS ELETRÔNICOS**

Conforme demonstrado acima, a evolução do mercado de jogos eletrônicos levou a maioria das relações jurídicas comerciais acontecerem no ambiente virtual online. A indústria caminha, inclusive, para uma tendência da extinção da mídia física, fato este que se torna ainda mais provável com o lançamento de versões de consoles de nova geração sem qualquer suporte a mídias físicas. Neste contexto, podemos identificar como fornecedores, à luz do art. 3 do Código de Defesa do Consumidor<sup>55</sup>, as empresas desenvolvedoras dos jogos, as empresas distribuidoras, e as empresas detentoras dos marketplaces vinculados a cada plataforma. A primeira é responsável pela criação e atualizações dos jogos, a segunda assume um papel mais relacionado ao financiamento e distribuição comercial e as últimas, evidentemente, são responsáveis pela plataforma de compras em que os jogos são ofertados.

Diante disso, é possível observar que algumas práticas abusivas se destacam neste meio que violam os direitos estabelecidos pelo CDC. Práticas abusivas são ações comerciais que colocam o consumidor em desvantagem exagerada, interferindo em sua liberdade de escolha e prejudicando seus direitos. Essas práticas são proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) e podem ser aplicadas em diversos setores, como vendas de produtos e serviços, relações de consumo online, publicidade e outros. São justamente essas práticas que o CDC busca proteger o consumidor médio, tendo em vista que essas condutas exploram a vulnerabilidade e desproporcionalidade supracitada. O professor José Geraldo Brito Filomeno acredita que as práticas abusivas se fazem como obstáculos para concretização direta da liberdade do consumidor, bem como do seu contato com os bens e serviços que fazem parte do seu cotidiano.<sup>56</sup>

Essas e outras práticas abusivas são consideradas ilegais pelo CDC, e os consumidores que se sentirem lesados podem recorrer ao Procon, à Justiça ou aos órgãos de defesa do consumidor para fazer valer seus direitos. Todavia, para que o

---

<sup>55</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, art 3

<sup>56</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017, p. 189

consumidor vá de fato requerer a aplicação de seus direitos faz-se necessário que o mesmo receba a devida instrução sobre como identificar tais abusos.

### 3.1 DIREITO DE ARREPENDIMENTO

Uma das situações que mais apresenta uma penumbra no tocante aos jogos eletrônicos e o direito do consumidor é a aplicabilidade do direito de arrependimento. O CDC prevê que, contanto que a contratação ocorra fora do estabelecimento comercial, é possível que o consumidor possa desistir do contrato do produto ou serviço<sup>57</sup>. O direito de arrependimento é uma das garantias do Código de Defesa do Consumidor, surgindo antes mesmo da grande difusão da internet no Brasil. Seguindo esse raciocínio à risca, seria muito simples acreditar que nas plataformas de compra de jogos eletrônicos, tendo em vista que a forma de se adquirir a mídia, hoje em dia, se dá majoritariamente por meio digital, poderia ser facilmente aplicado o direito de arrependimento sem maiores problemas ou discussões. Entretanto, o desenrolar da situação é um pouco mais complexo do que aparenta inicialmente.

O direito de arrependimento, à luz do art. 49 do CDC, possibilita que o consumidor desista ou devolva um produto ou serviço que foi contratado fora do estabelecimento comercial do fornecedor. Cabe ressaltar que, dentro do prazo estabelecido em lei de sete dias, essa garantia é exigida potestativamente, ou seja, somente é necessário que o consumidor indique seu arrependimento para receber a devolução dos valores pagos<sup>58</sup>. Todavia, existem alguns pré-requisitos para a efetividade deste direito.

Primordialmente a doutrina e jurisprudência estabelecem dois requisitos básicos e independentes para a aplicação do direito de arrependimento. O primeiro deles seria o déficit de informação, neste caso o consumidor não tem acesso a informações básicas a respeito do produto como cor e durabilidade. Além disso, não basta que as devidas informações sejam disponibilizadas ao consumidor, mas também que elas sejam facilmente encontradas e compreendidas e, muitas vezes, essa noção só se

---

<sup>57</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, art 49

<sup>58</sup> FICO, Bernardo de Souza Dantas ; FONSECA, Bruno Blum. Direito de arrependimento na compra de game. Consultor Jurídico, 15 ago. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-ago-15/ficoe-fonseca-direito-arrependimento-compra-game>. Acesso em: 30 mar. 2022.



faz completa com o contato direto com o produto. O segundo desses critérios é o déficit de reflexão, este, por sua vez, está relacionado a um aspecto mais subjetivo e psicológico, como a pressão para adquirir o produto, seja pela plataforma de venda ou, até mesmo, uma pressão social que comprime o tempo adequado para que o indivíduo crie o discernimento adequado quanto a necessidade de adquirir o produto.<sup>59</sup>

Aprofundando a análise para o contexto específico dos jogos eletrônicos, é possível observar que o déficit informacional ocorre com uma menor frequência quando se trata de compras internas. Isso pois normalmente é possível visualizar como tais itens se comportam e aparentam, tal como um provador de roupas. Deste modo, uma arquitetura e estruturação interna que forneça esse tipo de possibilidade ao jogador dificulta e reduz os riscos da aplicação do direito de arrependimento, além de garantir um modelo de maior segurança jurídica e satisfação por parte do consumidor.<sup>60</sup>

Todavia, o déficit de reflexão gera problemas recorrentes ao público de videogames. Dentro do já citado contexto de compras internas, determinados itens e acessórios muitas vezes são disponibilizados por tempo limitado, por conta de promoções ou eventos temáticos. O grande exemplo dessas práticas é o jogo Fortnite, que realiza diversas parcerias com franquias famosas, como a Marvel, para vender skins aos jogadores durante eventos de duração limitada<sup>61</sup>. Portanto, caso o jogador não adquira tais itens durante esse período estaria ele sujeito a nunca mais adquiri-los enquanto os demais jogadores ostentam, o que pode prejudicar a percepção do indivíduo momentaneamente devido a ausência de maior reflexão devido a essa pressão.<sup>62</sup>

---

<sup>59</sup> FICO, Bernardo de Souza Dantas ; FONSECA, Bruno Blum. Direito de arrependimento na compra de game. Consultor Jurídico, 15 ago. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-ago-15/ficoe-fonseca-direito-arrependimento-compra-game>. Acesso em 30 de novembro de 2023.

<sup>60</sup> Ibidem

<sup>61</sup> LOPES, Thaime. Sem filmes em 2020, o grande evento dos heróis da Marvel foi em Fortnite. UOL, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2021/01/10/sem-filmes-em-2020-o-grande-evento-dos-herois-da-marvel-foi-em-fortnite.htm>. Acesso em 14 de Novembro de 2023.

<sup>62</sup> FICO, Bernardo de Souza Dantas ; FONSECA, Bruno Blum. Direito de arrependimento na compra de game. Consultor Jurídico, 15 ago. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-ago-15/ficoe-fonseca-direito-arrependimento-compra-game>. Acesso em 30 de novembro de 2023.

Outro ponto importante é a pressão entre pares. Dentro do contexto de jogos online multijogador, é bastante comum a interação entre jogadores novatos e jogadores experientes. Diante disso, os jogadores novatos podem se sentir compelidos a gastar em microtransações para alcançar mais rapidamente os jogadores experientes para garantir uma competitividade mais equilibrada ou ainda por conta de pressão estética, muito visto por parte do grupo infanto-juvenil. Além disso, levando em conta um cenário de jogadores que fazem parte do mesmo grupo ou equipe, pode ser gerada uma expectativa ou pressão de que todos os membros estejam em conformidade tanto competitiva como de aparência.<sup>63</sup>

Outro ponto que opera contra as empresas desenvolvedoras é o uso de recursos de notificação, tal como os pop-ups em navegadores de internet, para lembrar ou pressionar constantemente o usuário a comprar os itens limitados. Tal prática seria análoga à figura do vendedor insistente, que visa convencer o consumidor por meio da insistência, cansaço e repetição exaustiva. A mera inexistência de uma figura física personalizada realizando essa conduta não deveria excluir essa prática do rol de práticas abusivas.<sup>64</sup>

Sob essa ótica, a aplicação desse direito de arrependimento para mídia digitais de jogos não se faz como uma unanimidade entre os doutrinadores. A advogada Ana Paula de Castro, por exemplo, defende a aplicabilidade do direito de arrependimento no caso de compras de jogos eletrônicos e na internet em geral como um direito básico do consumidor que visa garantir a liberdade de escolhas e a segurança nas relações de consumo virtuais<sup>65</sup>. Conforme esse raciocínio, o direito de arrependimento seria amplamente e facilmente aplicável com base na vontade do consumidor, sem que houvesse um grande número de pré-requisitos que dificultasse essa aplicação.

Por outro lado, para Fico e Fonseca esse direito não seria aplicado de forma tão absoluta, estes levam em conta os inúmeros fatores específicos existentes nesse meio que dificultariam a aplicação plena e literal do artigo 49 do CDC.

---

<sup>63</sup> FICO, Bernardo de Souza Dantas ; FONSECA, Bruno Blum. Direito de arrependimento na compra de game. Consultor Jurídico, 15 ago. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-ago-15/ficoe-fonseca-direito-arrependimento-compra-game>. Acesso em 30 de novembro de 2023.

<sup>64</sup> Ibidem

<sup>65</sup> NUNES, Ana Paula de Castro. Direito de arrependimento nas compras realizadas pela internet. In: Revista de Direito do Consumidor, v. 103, 2016

A já citada complexidade do ambiente dos chamados videogames também dificulta uma clara e simples análise da aplicação do direito ao arrependimento. Levando-se em conta, por exemplo, a compra de moedas digitais internas de determinado jogo para adquirir itens cosméticos com as mesmas. Em qual momento poderia o consumidor exercer seu direito de arrependimento: durante a compra das moedas digitais ou do item final que será utilizado? Fico e Fonseca aperfeiçoam essa análise à luz do pré requisito do déficit de reflexão.<sup>66</sup>

No tocante à boa-fé, é evidente que o consumidor não pode exercer o arrependimento visando obter vantagem indevida, o que configura abuso de direito. Por exemplo, se o jogador adquire moedas virtuais e as usa para comprar itens dentro do jogo, a primeira compra, das moedas virtuais, aperfeiçoou-se. Isto é, o jogador já demonstrou, por meio de sua conduta, que desejava adquiri-las, possibilitando ao jogo negar seu pedido de arrependimento da compra inicial. Todavia, ainda poderia discutir-se o arrependimento dos itens comprados in game e esta segunda compra pode, em alguns casos, ser desfeita pelo arrependimento. Se, no entanto, o jogador usar um item comprado e tentar posteriormente exercer seu arrependimento, ainda que dentro do prazo, este pedido poderia ser negado, também em virtude do aperfeiçoamento da compra. A extensão de uso que aperfeiçoa a compra dos itens in game dependerá do caso concreto.

Novamente fica-se demonstrado a enorme dificuldade técnica e teórica em regulamentar o ecossistema dos jogos eletrônicos, nesse caso em específico, à luz do direito de arrependimento. Portanto, uma ótica voltada à boa-fé e equilíbrio das relações de consumo é necessária para extrair uma conclusão adequada sem auferir vantagem excessiva do consumidor perante o fornecedor ou o contrário.

Na prática o que se observa é que os diversos jogos não costumam oferecer qualquer forma do consumidor exercer seu direito de arrependimento por padrão, seja no momento da compra das moedas digitais, quando a empresa de fato realiza uma transação econômica com o jogador, seja no momento da compra do item in game com o uso de tal dinheiro fictício. Sendo assim, é possível observar uma série de tentativas para impedir que o consumidor desfrute de um de seus direitos mais básicos.

---

<sup>66</sup> FICO, Bernardo de Souza Dantas ; FONSECA, Bruno Blum. Direito de arrependimento na compra de game. Consultor Jurídico, 15 ago. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-ago-15/ficoe-fonseca-direito-arrependimento-compra-game>. Acesso em 30 de novembro de 2023.

Já no tocante a compra de jogos em si, o cenário não se faz muito distante das microtransações. No momento atual, as principais plataformas de console da Sony e Nintendo não possuem por padrão qualquer forma de solicitar o cancelamento e/ou reembolso de uma compra. Inclusive, em algumas delas o consumidor recebe um aviso, no momento da compra, informando justamente que todas as compras são definitivas. No caso da Sony, por exemplo, é necessário que o consumidor entre em contato com o suporte técnico e explique e justifique o pedido de reembolso, o que cria uma dificuldade maior do que o simples apertar de um botão no marketplace do console<sup>67</sup>. Claro que, no caso de um reembolso de um jogo digital, poderia ser questionada a boa-fé do consumidor que reembolsa um jogo após jogá-lo e usufruir de tudo que aquele jogo oferece.

Entretanto, não se faz possível exercitar esse arrependimento ainda que o jogo nunca tenha sido sequer aberto pela primeira vez, nesse caso fica evidente que o consumidor não poderia ter se beneficiado de qualquer vantagem ou má-fé. No presente momento, a única forma que o jogador tem de exercitar seu direito de arrependimento na maioria dos marketplaces dos principais consoles no mercado sem a necessidade de uma análise prévia da empresa desenvolvedora, o que viola o direito potestativo, é entrando com uma ação judicial. Isso, sem sombra de dúvidas, demonstra uma não adequação dos marketplaces de consoles aos moldes do CDC, bem como se distancia bastante do modelo de negócios de outros marketplaces como Amazon e Mercado Livre, que garantem o exercício do direito do consumidor e com produtos físicos ainda, o que deveria ser muito mais fácil, simples e ágil para o caso de produtos digitais.

Além disso, outra forma de garantir esse direito ao consumidor sem que haja muitas dúvidas quanto a honestidade do consumidor é a maneira como a plataforma Steam, principal marketplace de jogos digitais para computadores, trata a questão do reembolso e devolução. A plataforma determina um tempo máximo ao qual o jogador pode utilizar do jogo e, ainda assim, realizar um reembolso disponível na plataforma por padrão<sup>68</sup>. Dessa forma, é possível que o consumidor consiga averiguar se existem quaisquer defeitos e problemas de compatibilidade ou ainda se

---

<sup>67</sup> PLAYSTATION. Como solicitar um reembolso em uma compra na PlayStation Store. 2023. Disponível em: <https://www.playstation.com/pt-br/support/store/ps-store-refund-request/>. Acesso em 14 de Novembro de 2023.

<sup>68</sup> STEAM. Reembolsos no Steam. 2023. Disponível em: [https://store.steampowered.com/steam\\_refunds/?l=brazilian](https://store.steampowered.com/steam_refunds/?l=brazilian). Acesso em 14 de Novembro de 2023.

o produto em questão condizia com as expectativas criadas e ainda assim “devolvê-lo”. Esse modelo de negócios demonstra como é possível que as empresas respeitem os direitos do consumidor e utilizem uma forma de comercialização que seja proporcional e adequada para os dois pólos da relação jurídica.

### 3.2 PUBLICIDADE ENGANOSA

Outra prática controversa bastante presente no meio dos jogos virtuais é a propaganda enganosa. O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 37 prevê<sup>69</sup>:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Esta é mais observada nos momentos que antecedem o lançamento de determinado jogo, quando as empresas divulgam trailers em eventos ou na internet, por exemplo. Dessa forma, como explica Alexandre Barbosa de Sousa, a publicidade enganosa acontece quando são ofertadas diferentes características ou funcionalidade as quais não condizem com o produto final com o intuito de manipular o consumidor. Sendo assim, o juízo de valor do consumidor estaria completamente prejudicado em decorrência de informações falsas e expectativas que não condizem com a realidade dos fatos <sup>70</sup>. Para compreender melhor como é realizada a publicidade enganosa em trailers de jogos digitais se faz necessário entender melhor a lógica desse modelo de publicidade.

Existem basicamente dois tipos de trailers que são utilizados na indústria dos videogames. O primeiro deles é o trailer puramente cinematográfico, normalmente

---

<sup>69</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, art 37

<sup>70</sup> SOUSA, Alexandre Barbosa de. Propaganda enganosa em jogos eletrônicos. Revista Jurídica, v. 25, n. 2, p. 45-58, 2017

visando expor a temática e os elementos narrativos da história. Neste modelo, já é indicado que as imagens gráficas expostas não são produzidas por um console ou computador em uma versão final de desenvolvimento, ou seja, são imagens montadas que não condizem com a realidade de como será o produto final. Resta claro, portanto, que nessa situação não há o que se falar em publicidade enganosa, tendo em vista que, além de ser comunicado no próprio trailer a divergência entre o que foi apresentado e os resultados finais no lançamento, este conhecimento já está amplamente difundido na comunidade ativa e não costuma ser duramente criticado pela mídia ou público.

Já o segundo modelo, por sua vez, é o que gera os maiores casos de publicidade enganosa no meio dos jogos eletrônicos. Este modelo corresponde ao chamado *trailer gameplay*, no caso um trailer com o intuito de expor a jogabilidade e os recursos que estarão presentes já na versão final do produto. Dessa forma, a expectativa criada é de que as imagens divulgadas estejam em conformidade com a versão de lançamento do jogo, sem espaço para liberdades criativas no tocante a manipulação de mecânicas ou funcionalidades, pois o que se espera de um trailer deste modelo é, justamente, ter uma boa noção de como será jogar com o controle nas próprias mãos.

Nestes casos de publicidade enganosa, ocorre da empresa inserir funcionalidades muito distantes daquelas encontradas na versão final ou, de maneira mais comum, adulterar a qualidade gráfica do jogo para que este transpareça um nível técnico altíssimo e distante do que será encontrado no produto final por conta de impossibilidade tecnológica. O caso mais notório na indústria que evidenciou ao grande público a existência dessa prática foi com o jogo Watch Dogs, lançado em 2013. O jogo recebeu trailers antes do lançamento que demonstravam uma capacidade gráfica muito superior a qualquer jogo da época, porém no momento de seu lançamento os jogadores puderam atestar que as imagens divulgadas divergiam de maneira colossal com o resultado final, o que gerou um grande boicote por parte da comunidade.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> KARLMALI, Luke. Revolta com Gráficos de Watch Dogs fez Ubisoft Rever suas Políticas. IGN, 2015. Disponível em: <https://br.ign.com/watchdogs/5525/news/revolta-com-graficos-de-watch-dogs-fez-ubisoft-rever-suas-politicas>. Acesso em 10 de Dezembro de 2023.

Outra forma que é possível observar a prática da publicidade enganosa é quando as empresas escondem a presença ou a frequência que o jogador irá se deparar com microtransações em sua experiência. O exemplo mais famoso deste caso é com o já citado jogo Star Wars Battlefront 2, o qual surpreendeu negativamente a comunidade quando os jogadores se depararam com a total desproporção da progressão do jogo.<sup>72</sup>

Em linhas gerais, conforme já citado, era necessário que o jogador se dedicasse um número altíssimo de horas para conseguir determinados itens e personagens, ou poderia simplesmente realizar uma compra com dinheiro real para liberá-los instantaneamente. Dessa forma, ocorre uma omissão do marketing ao mascarar a verdadeira realidade dos fatos com uma roupagem e temática atrativa ao público alvo, sem que sejam mencionados detalhes de imensa relevância.

Como explica João Vitor Gomes Corrêa <sup>73</sup>, no direito brasileiro, é essencial repudiar veementemente esse tipo de omissão maliciosa, que priva o consumidor do seu direito de escolha. Mesmo que seja possível desbloquear o conteúdo sem gastar dinheiro adicional, as desenvolvedoras de jogos dificultam intencionalmente o acesso aos itens através dos meios tradicionais, forçando o consumidor a pagar pela oportunidade ou ainda a remota chance de obter prêmios em caixas de loot.

Essa situação é agravada pelo fato de que tais jogos já foram pagos, ao contrário dos *free to play*. É imperativo que, antes mesmo da compra, o consumidor tenha pleno conhecimento do que está adquirindo e que não seja penalizado ou prejudicado por optar por não gastar mais dinheiro no jogo, além do valor já desembolsado pela aquisição do produto, o qual já deve ser um fim em si mesmo. É importante considerar que a presença de microtransações pode influenciar a decisão de aquisição dos consumidores de jogos eletrônicos, pois essa prática é tão repudiada pela comunidade que poderia ser um fator decisivo para tomar esta decisão.

---

<sup>72</sup> GANIKO, Priscila. Entenda como a polêmica de Battlefront II pode mudar a microtransações em jogos. Nerdunker, 2017. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/entenda-como-polemica-de-battlefront-ii-pode-mudar-as-microtransacoes-em-jogos/>. Acesso em 10 de Dezembro de 2023.

<sup>73</sup> CORRÊA, João Vitor Gomes. A legalidade das loot boxes em jogos eletrônicos. Jus.com.br, 17 de Junho de 2020. Disponível em [https://jus.com.br/artigos/83238/a-legalidade-das-loot-boxes-em-jogos-eletronicos#\\_ftn5](https://jus.com.br/artigos/83238/a-legalidade-das-loot-boxes-em-jogos-eletronicos#_ftn5). Acesso em 30 de Março de 2023

### 3.3 PRINCÍPIO DA CONFIANÇA

A teoria ou princípio da confiança, aplicado às relações jurídicas de consumo, apesar de não estar explicitamente firmado no Código do Consumidor, pode ser aplicado em decorrência da sua correlação direta com a boa-fé e o princípio da transparência. A confiança do consumidor se refere a manutenção de uma expectativa para alcançar determinado fim em determinada relação de consumo. Nestes moldes, ao adquirir determinado produto ou serviço espera-se também uma credibilidade do mesmo, ao exemplo do contrato de financiamento de veículo, em que é depositada a confiança que não haverá modificação das parcelas negociadas até o fim do contrato<sup>74</sup>. Sendo assim, é criado um vínculo de confiança entre o consumidor e o fornecedor de modo que se espera lealdade e confiança de ambos.

No tocante aos jogos eletrônicos, a violação do princípio da confiança tornou-se mais notável no atual momento, principalmente em 2 grandes casos que possuem uma similaridade não desprezível. Ambos exemplos se relacionam com o já citado modelo de jogos como um serviço, nestes casos particularmente, os dois jogos a serem citados eram ou vieram a se tornar gratuitos para jogar.

O primeiro caso é o do Call of Duty Warzone, jogo que funcionava tal como um modo acessório ao jogo principal Call of Duty Modern Warfare, este primeiro era disponibilizado de forma gratuita para jogar com algumas microtransações internas majoritariamente cosméticas, enquanto que o segundo apresentava-se nos moldes tradicionais de um jogo pago para jogar. O Warzone, como era chamado pelos jogadores, ganhou muito destaque no período da pandemia de 2020 quando rapidamente se tornou um dos principais jogos do momento, apresentando uma base de jogadores gigantesca, como de praxe da franquia.

O produto recebeu suporte de diversas atualizações e lançamentos de inúmeros pacotes de personalização pagos até novembro de 2022, quando foi lançada sua sequência: Warzone 2. Vale ressaltar que todos os itens e progresso conquistados pelos jogadores no primeiro título não foram levados para o segundo, mas até então

---

<sup>74</sup> LIMA, Rafaela Silva. A Relação Jurídica de consumo em consonância com o Princípio da Confiança. Jus.com 20 de Novembro de 2014. Disponível em <https://jus.com.br/artigos/33939/a-relacao-juridica-de-consumo-em-consonancia-com-o-principio-da-confianca> . Acesso em 28 de Agosto de 2023



era o que se esperava de qualquer continuação que obedecia esse modelo de negócios.

Entretanto, de forma negativamente surpreendente, foi revelada pela empresa desenvolvedora do Warzone em junho deste ano de 2023 que o Warzone 1 seria completamente desativado em setembro deste mesmo ano<sup>75</sup>. Dessa forma, tudo aquilo que foi comprado durante a vida útil de 2 anos do jogo seria perdido definitivamente, sem qualquer ressarcimento ou compensação por parte da empresa para com os jogadores.

Resta claro uma evidente violação ao princípio da confiança, tendo em vista uma precoce desativação do produto em uma duração totalmente fora do padrão, tendo em vista que alguns jogos, inclusive da própria franquia Call of Duty, lançados há mais de 15 anos, ainda possuem servidores ativos e jogáveis. Sendo assim, uma base de jogadores na casa dos milhões de indivíduos sofreu um prejuízo por conta da quebra de uma expectativa da continuidade do serviço de forma abrupta, inesperada e incoerente com os padrões da indústria.

O segundo caso que vale a pena ser destacado é o do Overwatch 2, jogo lançado em 2016 com o título "Overwatch". Tal jogo obedecia o modelo de negócios de um jogo pago com microtransações cosméticas internas, mas que possibilitam aos jogadores adquirir os itens de maneira gratuita, sem a necessidade de compras internas com dinheiro real. Todavia, em outubro de 2022 o jogo recebeu uma grande atualização incrementada de novidades, tão impactante que mudou o nome do jogo para Overwatch 2, como se fosse uma continuação ou um novo lançamento.

Na prática, a dinâmica e a qualidade técnica do jogo permaneceu praticamente a mesma, com novidades dentro dos padrões já estabelecidos pelo mesmo ao longo de seus 6 anos de vida até então, a grande mudança impactante foi a mudança do modelo de negócios, pois Overwatch 2 veio a se tornar gratuito para jogar, diferentemente do que era anteriormente.

Por mais que, em um primeiro momento, pareça ser uma mudança positiva, cabe a ressalva que os jogadores que adquiriram o jogo de maneira onerosa não

---

<sup>75</sup> PINHEIRO, Paloma. Call of Duty: Warzone Caldera Será Encerrado em Setembro. Nerdbunker, 2023. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/call-of-duty-warzone-caldera-sera-encerrado/> . Acesso em 10 de Novembro de 2023

receberam qualquer compensação que fosse coerente com o que foi investido. Além disso, com a alteração do modelo de negócios a dinâmica do jogo sofreu uma drástica mudança: os itens e personagens que antes poderiam ser adquiridos de forma gratuita agora são liberados de maneira mais rápida para aqueles que gastam dinheiro em compras internas ou somente são disponibilizados dessa maneira.

Diante disso, observa-se que não só a empresa desenvolvedora quebrou um vínculo de confiança com seu público, no tocante de se acreditar que o jogo somente seria disponibilizado para quem desejasse comprá-lo, mas também não mediu seus esforços para tornar a transição justa com aqueles que investiram milhares de horas ao longo de anos em um jogo já consolidado.<sup>76</sup>

Esses casos notórios reforçam a ideia que o consumidor se encontra vulnerável em um meio que mudanças abruptas, repentinas e transgressoras podem acontecer a qualquer momento. Isso se torna uma preocupação ainda maior tendo em vista as peculiaridades do ambiente dos jogos eletrônicos, que se faz muito dependente do meio virtual em que se faz possível para as desenvolvedoras alterarem características gritantes de seus produtos sem qualquer aviso prévio.

O que torna difícil a visibilidade e atenção externa com esse tipo de prática é que elas costumam estar vinculadas com um determinado jogo, sendo bem variável de caso a caso e, como demonstrado, muito por conta do fator novidade, sem um padrão definido. Dessa forma, muitas vezes a base de jogadores de jogo X e Y não tem muita noção das peculiaridades que acontecem com jogo Z, pois são comunidades completamente distintas e independentes. Sendo assim, diferentemente de outras práticas e modelos já bem difundidas no mercado, como microtransações e publicidade enganosa, a quebra do princípio da confiança possui mais sutilezas e variações, o que dificulta atingir a notoriedade daqueles que não foram afetados diretamente.

### 3.4 REGULAMENTAÇÕES REFERENTES A LOOT BOXES

---

<sup>76</sup> MONTEIRO, Rafael. Overwatch 2 é grátis, tem crossplay e mais: veja 7 novidades do game. TechTudo 2022. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/10/overwatch-2-e-gratis-tem-crossplay-e-mais-veja-7-novidades-do-game.ghtml>. Acesso em 10 de Novembro de 2023

Atualmente, no Brasil, não existe uma lei que contemple especificamente a matéria referente às loot boxes em jogos eletrônicos e o número de pesquisas e materiais acadêmicos sobre o tema ainda não condiz com a representatividade devida. Todavia, a notoriedade que este assunto ganhou nos últimos anos não deixou de chamar atenção por parte da sociedade, dessa forma, inúmeros especialistas jurídicos têm analisado essa questão mais atentamente.

O que tem dificultado os juristas e legisladores a respeito da questão das microtransações e loot boxes, segundo King e Delfabbro, é justamente a ausência de um consenso acadêmico a respeito desses temas<sup>77</sup>. Deste modo, os exemplos tratados mais adiante dos casos de Holanda, China e Bélgica serão tratados como exceções de países que adotaram um posicionamento mais definitivo.

Além disso, já se faz presente a discussão de projetos de lei que buscam regulamentar a situação das loot boxes. No caso em questão, se trata da PL 4148/2019, proposta pelo deputado Heitor Freire. O projeto em questão não busca proibir ou ainda equiparar a prática de loot boxes à jogos de azar, como já feito em outros países, o projeto de lei busca equilibrar a relação entre o consumidor e o fornecedor tendo em vista uma clara hipossuficiência do mesmo em meio a este negócio jurídico.

O autor do projeto argumenta que a liberdade econômica e o respeito ao livre mercado devem ser preservados, e que a proibição dessa prática, como ocorreu em alguns países, seria uma decisão exagerada. O autor sugere que as empresas forneçam informações precisas sobre as chances de obter os itens contidos nas Caixas de Recompensas, garantindo transparência e boa-fé na relação entre as empresas e os usuários. Nas palavras do próprio deputado relator do projeto:<sup>78</sup>

O ser humano é, portanto, livre para tomar suas decisões, e nesse caso, decidirá se deseja pagar pela chance de adquirir algo mais, ou menos valioso dentro do jogo eletrônico, mediante sorteio. Diante disso, nada mais razoável que o usuário obtenha, por parte das produtoras de jogos, informações precisas sobre esse sorteio, ou seja, que lhe seja claramente disponibilizada as porcentagens de chance exatas de cada

---

<sup>77</sup> D. L. King and P. H. Delfabbro, Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder. *Addiction*, 113(11), 2018, pp.1967-1969.

<sup>78</sup> BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 4148, de 18 de julho de 2019. Dispõe sobre a aquisição de Caixa de Recompensa em jogos eletrônicos e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2019. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=1781141&filename=PL%204148/2019](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1781141&filename=PL%204148/2019). Acesso em 09 de dezembro de 2023.

item que integre a Caixa de Recompensa. Salieta-se que tal modelo já é adotado na China e se trata de uma medida razoável, suprimo o dever de proteção do Estado ao consumidor, o respeito à liberdade econômica, revestindo de transparência e boa-fé a relação entre os particulares.

Percebe-se então uma tentativa moderada de resolver os problemas gerados pelas loot boxes. Evidentemente que a simples proibição dessa prática poderia soar como uma medida demasiada intervencionista e contraditória ao que se foi decidido em outros países. O projeto também propõe a criação de um mecanismo para denúncias de infrações por parte das produtoras de jogos eletrônicos, sem implicar em aumento de despesas para o Estado. Caso haja descumprimento das regras estabelecidas, o projeto prevê a aplicação de multas cuja arrecadação seria destinada ao Fundo Nacional de Desenvolvimento da Ciência e Tecnologia, com o objetivo de investir em eventos e projetos relacionados ao desenvolvimento científico e tecnológico.

Já o PI 186/2014 possui uma abordagem divergente dessa primeira apresentada. No seu art. 4, inciso V tal projeto de lei equipara qualquer jogo eletrônico independente de suas peculiaridades. O que, como já demonstrado, é um problema devido a uma ampla generalização da categoria, como também simplifica demais a definição de jogos eletrônicos como: “formas de mídia que utilizam plataforma eletrônica especializada e envolve um jogador interagindo com uma máquina<sup>79</sup>.” Tal projeto, contudo, foi arquivado pelo Senado em 2022.

Importante ressaltar que nenhum dos projetos citados se preocupa em analisar ou reforçar a questão da capacidade cível como alicerce necessário para o acesso a esse tipo de microtransação<sup>80</sup>. Sendo ou não essa prática considerada jogo de azar, é importante não esquecer do aspecto da hipervulnerabilidade já citada que abrange o grupo das crianças e adolescentes que representam uma fatia considerável do público alvo de jogos eletrônicos.

---

<sup>79</sup> Brasil, Senado Federal. Projeto de Lei 186/14 que dispõe sobre a exploração de jogos de azar em todo o território nacional. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/117805>. Acesso em: 10 de Novembro de 2023.

<sup>80</sup> FANTINI, Laiane Maris; FANTINI, Eduardo; GARROCHO. A Regulamentação das Loot boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. XVIII SBGames, out. 2019. p. 1259. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

### 3.4.1 Regulamentações Internacionais Referentes a Loot Boxes

Partindo para uma análise da legislação de outros países, pode-se observar uma crescente no final da última década, principalmente nos últimos anos, de países que começaram a demonstrar uma real preocupação com as loot boxes. No ano de 2012, o Japão foi pioneiro ao considerar a prática de loot boxes como configuração de prêmios injustificáveis e de falsa representação por conta do altíssimo número de jogos para celular que exploravam essa prática.<sup>81</sup>

Já no ano de 2018, Bélgica, assim como Holanda consideraram que determinados modelos de loot boxes se enquadram no modelo de jogos de azar, determinando que as empresas desenvolvedoras alterassem ou removessem esse tipo de prática em seus jogos<sup>82</sup>. A Comissão de Jogos da Bélgica notificou empresas como EA e Activision Blizzard indicando que alguns de seus jogos possuíam mecanismos análogos à jogos de azar, o que poderia resultar em multas ou até mesmo sanções penais<sup>83</sup>. Já a Associação de Jogos da Holanda determinou por restringir a venda de loot boxes em casos que o conteúdo adquirido pudesse ser convertido diretamente em dinheiro real, portanto ilícito e análogo a legislação do país no tocante a jogos de azar<sup>84</sup>

A China, segundo maior mercado consumidor de videogames, por sua vez, resolveu regulamentar a questão das loot boxes determinando que as empresas divulgassem abertamente quais itens podem ser tirados bem como a probabilidade exata de adquiri-los<sup>85</sup>. Entretanto, tal medida acabou não sendo muito funcional, tendo em

---

<sup>81</sup> Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Análise do Mecanismo de Monetização de Jogos Eletrônicos sob a Ótica da Legislação Brasileira e de seus Reflexos Jurídicos e Sociais sobre o Público Infante Juvenil. Nota Técnica, p 19 .2023.Disponível em: [https://www.tjdft.jus.br/consultas/notas-tecnicas/nt\\_loot\\_boxes\\_-aprovada.pdf](https://www.tjdft.jus.br/consultas/notas-tecnicas/nt_loot_boxes_-aprovada.pdf). Acesso em 09 de Novembro de 2023

<sup>82</sup> Ibidem

<sup>83</sup> BELGISCHE KANSSPELCOMMISSIE. Onderzoeksrapport loot boxen. Bélgica, 2018. Disponível em: <https://www.gamingcommission.be/nl/publicaties/rapporten>. Acesso em: 10 de Novembro de 2023.

<sup>84</sup> DUTCH GAMES ASSOCIATION. Loot boxes & Netherlands Gaming Authority's findings. 2019. Disponível em: <https://dutchgamesassociation.nl/2018/04/26/loot-boxes-netherlands-gaming-authoritys-findings/> . Acesso em: 10 Novembro de 2023.

<sup>85</sup> Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Análise do Mecanismo de Monetização de Jogos Eletrônicos sob a Ótica da Legislação Brasileira e de seus Reflexos Jurídicos e Sociais sobre o Público Infante Juvenil. Nota Técnica, p 20 .2023.Disponível em: [https://www.tjdft.jus.br/consultas/notas-tecnicas/nt\\_loot\\_boxes\\_-aprovada.pdf](https://www.tjdft.jus.br/consultas/notas-tecnicas/nt_loot_boxes_-aprovada.pdf). Acesso em 09 de Novembro de 2023.

vista que as empresas encontraram uma forma de seguir essa norma sem de fato demonstrar exatamente as probabilidades.

Novamente no caso Fifa, os jogadores de futebol que podem ser adquiridos possuem notas vinculadas que variam de 1 a 99, quanto mais alta a sua nota melhor o jogador. Antes não se fazia ideia da probabilidade de ganhar determinado jogador, hoje em dia, após essa determinação da China, sabe-se que a chance de tirar um jogador de 87 de nota ou superior é de 5%, por exemplo. Obviamente não pode-se menosprezar o progresso em benefício do consumidor, mas ainda assim continua sendo uma probabilidade bem vaga e imprecisa, não sendo possível avaliar a chance de um jogador em específico.

Além disso, não se faz mais possível a aquisição de loot boxes por meio de dinheiro real, o que não gerou grandes alterações no mercado, pois as desenvolvedoras colocaram as moedas digitais como intermédio para “burlar” a norma. Sendo assim, o usuário primeiro adquire a moeda digital interna do jogo para depois adquirir a loot box. Merece também, entretanto um destaque para França e Reino Unido, países os quais foram na direção contrária e não reconheceram tal prática como um jogo de azar, como demonstra-se abaixo<sup>86</sup>:

Na França, por outro lado, as autoridades entenderam que, como as loot boxes são itens sem valor no mundo real, quem as compra não está submetido às mesmas regras dos jogos de azar – o que destoa com a realidade, já que é comum a comercialização desses itens fora do ambiente do jogo. No Reino Unido, a UK Gambling Commission entendeu também não se tratar de jogo de azar, sob o fundamento que os prêmios desbloqueados em loot boxes seriam utilizados somente nos próprios jogos em que são adquiridas. Apesar da definição da UK Gambling Commission, a Câmara dos Comuns do Reino Unido recebeu representantes da Electronic Arts, assim como da Epic Games, para questionar a ética comercial por trás das práticas de loot boxes das respectivas empresas. A vice-presidente de assuntos jurídicos e governamentais da EA compartilhou do argumento da IGEA [Interactive Games and Entertainment Association], tratando as loot boxes como “mecânicas de surpresa”. A Câmara dos Comuns pretende manter reuniões com desenvolvedores para tratar das loot boxes e outros sistemas de monetização em jogos digitais.

Partindo desta análise, na França, a Associação Nacional de Jogos entendeu pela não configuração da mecânica de loot boxes como jogos de azar, pois os itens

---

<sup>86</sup> FANTINI, Marcelo; FANTINI, Mariana; GARROCHO, Rodrigo. Loot boxes como jogos de azar: conflitos no Brasil e no mundo. Revista de Direito da UFOP, v. 1, n. 2, p. 1253-1268, 2019.

supostamente não teriam valor no mundo real. Essa premissa, que também esteve presente na justificativa da Comissão de Jogos de Aposta do Reino Unido, acaba destoando com a realidade, tendo em vista que o comércio de itens de jogos é bastante comum ainda que o jogo não permita abertamente essa prática, pois o comércio de contas é algo recorrente em jogos que existem o fator sorte para adquirir determinado item<sup>87</sup>. Apesar disso, o órgão entendeu que, ainda que não seja um jogo de azar, as loot boxes utilizam de práticas, incentivos e estruturas bastante similares aos caça níquel e afins.<sup>88</sup>

Assim, é possível verificar que, ainda que países como França e Reino Unido não tenham considerado as loot boxes juridicamente como jogos de azar, foi possível observar uma convergência no tocante aos elementos intrínsecos coexistentes em ambos modelos. Sendo assim, é necessário observar se o ordenamento interno dos futuros países que analisaram mais a fundo essa questão e chegar uma conclusão se basta as loot boxes possuírem características muito próximas a jogos de azar ou se seria necessário também a existência de uma conversão direta, permitida pelo próprio jogo, em lucro real em moeda física.

Dessa forma, verifica-se que a situação das loot boxes não possui um pensamento uniforme ao redor do globo e, aparentemente, a tendência do Brasil é seguir a lógica dos últimos países supracitados, apesar das legislações propostas tratarem do tema de forma superficial e as acessória. Ainda assim, dentro da lógica brasileira de proteção ao consumidor, seria necessário um olhar mais atento quanto à boa-fé e essa possível configuração como jogos de azar, prática terminantemente proibida em território nacional.

Enquanto isso, várias nações representativas no mercado como Estados Unidos, Canadá e Alemanha ainda não possuem uma posição definitiva a respeito dessa questão, havendo apenas debates por parte de órgãos administrativos e câmaras

---

<sup>87</sup> FANTINI, Laiane Maris; FANTINI, Eduardo; GARROCHO. A Regulamentação das Loot boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. XVIII SBGames, out. 2019. p. 1256. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

<sup>88</sup> SCHWIDDESSEN, Sebastian. French Gambling Regulator Releases Its Position on Loot Boxes. Baker McKenzie, 2018. Disponível em: <https://www.connectontech.com/french-gambling-regulator-releases-its-position-on-loot-boxes/>. Acesso em: 01 nov. 2023.

legislativas, o que pode demonstrar um desinteresse ou ainda uma dificuldade em chegar a uma conclusão aceitável.<sup>89</sup>

A principal reflexão então não seria a observância de um pensamento unânime e uniforme, mas do início da existência de debates e soluções em uma escala de maior relevância mundial. Sendo assim, é possível esperar que em breve os países que ainda não se manifestaram também participem desse intercâmbio doutrinário e legal.

### **3.4.2 Loot Boxes e Jogos de Azar**

Dadas as circunstâncias apresentadas, especialistas e órgãos reguladores de diversos países têm debatido a classificação das loot boxes como uma forma de jogo de azar. Nesse sentido, foram estabelecidas quatro classificações levando em consideração o acesso a essas mecânicas e o valor monetário atribuído ao "prêmio". Faz-se relevante analisar estas classificações pois foi com base nelas, justamente, que França e Reino Unido não consideraram loot boxes como jogos de azar.

A primeira classificação, denominada "isolated-isolated", refere-se a jogadores que obtêm caixas de itens aleatórios por meio da conclusão de objetivos dentro do jogo, sem a utilização de dinheiro real. Além disso, os itens obtidos nas aberturas das caixas não podem ser convertidos em dinheiro real por meio de venda online. Portanto, essa classificação não apresenta interação com a economia individual do jogador, gerando, supostamente, uma representatividade somente no ecossistema interno do jogo<sup>90</sup>. Esse tipo de modelo é o que costuma gerar menos polêmica entre os jogadores, tendo em vista uma lógica puramente interna sem a presença de microtransações. No entanto, acaba sendo extremamente rara de se observar na prática.

---

<sup>89</sup> Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Análise do Mecanismo de Monetização de Jogos Eletrônicos sob a Ótica da Legislação Brasileira e de seus Reflexos Jurídicos e Sociais sobre o Público Infante Juvenil. Nota Técnica, p 21-23 .2023. Disponível em: [https://www.tjdft.jus.br/consultas/notas-tecnicas/nt\\_loot\\_boxes\\_-aprovada.pdf](https://www.tjdft.jus.br/consultas/notas-tecnicas/nt_loot_boxes_-aprovada.pdf). Acesso em 09 de Novembro de 2023

<sup>90</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of Loot Boxes Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. Int J Ment Health Addiction (2020). Disponível em <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00372-3>. Acesso em 02 de Junho de 2023.



A segunda classificação é chamada de "isolated-embedded". Nessa categoria, as caixas não podem ser adquiridas com dinheiro real, mas é possível convertê-las em dinheiro por meio de vendas online, seja em sites externos ou dentro do próprio jogo (por exemplo, Diablo 3)<sup>91</sup>. Normalmente esse tipo de jogo é visto somente em jogos de computadores em decorrência da plataforma Steam, que possui um marketplace próprio voltado para esse tipo de comércio.

A terceira classificação recebe a denominação de "embedded-isolated". Nesses casos, os jogadores adquirem as caixas por meio de pagamentos reais, mas os itens obtidos só podem ser utilizados dentro do próprio jogo, sem a possibilidade de venda (por exemplo, Overwatch e Fifa).<sup>92</sup>

Por fim, a última categoria é denominada "embedded-embedded". Nesses jogos, há uma interação completa na economia do jogador, pois é possível comprar as caixas com dinheiro real e revender os itens obtidos como forma de gerar receita (por exemplo, CS:GO).<sup>93</sup>

Diante disso, os autores argumentam que somente a última classificação poderia ser alvo de regulamentação devido à sua semelhança com jogos de azar, uma vez que a alteração patrimonial do jogador só ocorre nesse caso, enquanto as outras classificações não apresentam similaridades estruturais com jogos de azar devido à ausência de flutuação patrimonial.<sup>94</sup> Entretanto, esta discussão, assim como no tocante às legislações das microtransações, não se faz próxima de ser um entendimento unânime ou amplamente majoritário.

Algumas das legislações citadas, por exemplo, seria possível que todas ou a maioria dessas classificações poderiam se enquadrar como jogos de azar, tendo em vista que todas que são advindas de microtransações geram um impacto direto no patrimônio do consumidor, seja ele externo ou interno em relação ao jogo. Além disso, uma prática muito comum entre os jogadores em jogos que não permitem abertamente o comércio de itens é a compra e venda de contas. Neste caso, por exemplo, um jogador recebe um item de alto valor em uma loot box e coloca a venda

---

<sup>91</sup> XIAO, Leon Y. Which Implementations of Loot Boxes Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. *Int J Ment Health Addiction* (2020). Disponível em <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00372-3>. Acesso em 02 de Junho de 2023.

<sup>92</sup> Ibidem

<sup>93</sup> Ibidem

<sup>94</sup> Nielsen, R. K. L., & Grabarczyk, P. (2019). Are Loot Boxes Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 4, p. 171-207.

a sua conta (email e senha) para que um terceiro interessado no respectivo item o adquira sem a necessidade de depender da aleatoriedade.

Sendo assim, ainda que o modelo de loot box adotado não permita abertamente a negociação de itens entre jogadores tomando como base o dinheiro real, as comunidades encontraram formas de criar seus próprios métodos para lucrar em cima de uma vantagem nas porcentagem internas de um jogo. Entretanto, as empresas têm costumado banir quem pratica tal conduta.<sup>95</sup>

No tocante à realidade do Brasil, ao analisar os precedentes judiciais brasileiros em assuntos relacionados, é possível identificar um conflito inicial de classificação penal. Isso ocorreu quando nossa jurisdição se deparou pela primeira vez com uma estrutura que simulava um jogo no qual as pessoas arriscavam dinheiro, nas décadas de 80 e 90, conhecido como máquinas de vídeo-pôquer. Na época, os casos foram julgados nos tribunais de alçada e a doutrina os classificou como crime contra a economia popular, nos termos do art. 2º, inciso IX, da Lei 1.521/51<sup>96</sup>.

Conforme a doutrina, a tipificação do artigo mencionado ocorre quando não há a presença do elemento de aleatoriedade, ou seja, as máquinas são projetadas de forma fraudulenta para enganar o apostador deliberadamente.<sup>97</sup> Por exemplo, o software da máquina pode ser programado para que, a cada 100 jogos ocorra a derrota em 99 jogos consecutivos e apenas no 100º jogo o prêmio seja liberado, o que claramente configura uma manipulação do equipamento com a intenção prévia de induzir à perda e garantir ao dono da máquina a certeza de lucro sem qualquer possibilidade de risco.

No entanto, ao que parece, as loot boxes não são programadas para que o usuário sempre perca. Supostamente elas possuem um sistema randômico de chances que são verdadeiramente aleatórias e podem ser determinadas pela probabilidade. Segundo a literatura matemática, a probabilidade se refere a eventos aleatórios que, se repetidos nas mesmas condições, não é possível determinar o resultado.

---

<sup>95</sup> FERREIRA, Tamires. Fortnite: Epic Games vence processo judicial contra venda ilegal de contas. Olhar Digital 2022. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2022/05/11/games-e-consoles/fortnite-epic-games-vence-processo-judicial-c-ontra-venda-ilegal-de-contas/>. Acesso em 09 de Novembro de 2023.

<sup>96</sup> FERNANDES, Antonio Scarance. Considerações sobre o “vídeo-pôquer” como atividade criminal. Revista Justitia, Procuradoria Geral de Justiça e Associação Paulista do Ministério Público, São Paulo, ano 52, volume 152, outubro/dezembro, 1990, p. 84-92.

<sup>97</sup> BALDAN, Édson Luís. Jogos de azar mediante máquinas eletrônicas programadas - MEPS. Revista ADPESP, São Paulo, v. 24, n. 34, p. 143- 165, dez.. 2004.

Portanto, em um evento randômico de 100 jogadas, é possível alcançar o resultado desejado apenas uma vez, cinco vezes, 50 vezes ou até mesmo em todas as jogadas, dependendo exclusivamente do acaso e sem correlação com as demais tentativas.<sup>98</sup>

Em contrapartida, o que se poderia argumentar em desfavor das loot boxes é que o recurso ofertado é infinito e representa um gasto mínimo para as empresas em relação aos enormes lucros anuais advindos de microtransações. Dessa forma, acaba-se criando uma relação completamente desproporcional, em que a empresa não possui riscos ou ônus significativos quando o jogador recebe o que gostaria, enquanto que o consumidor, por outro lado, fica sujeito ao risco e a incerteza de sistemas que não possuem transparência e possui um significativo prejuízo financeiro ainda que se receba o que era desejado.

Além disso, não se pode desprezar a clara semelhança de elementos presentes nas loot boxes e em alguns jogos de azar: a) a troca de dinheiro ou outro bem de valor equivalente, como moeda digital; b) um evento futuro desconhecido e incerto determina a troca; c) a sorte influencia, direta ou indiretamente, o resultado; d) não jogar pode evitar perdas e gastos infrutíferos; e) os vencedores ganham sob as custas de perdedores, no caso das loot boxes os perdedores poderiam ser os jogadores que ficam em desvantagem competitiva em relação aos que investiram nas microtransações.<sup>99</sup>

---

<sup>98</sup> BALDAN, Édson Luís. Jogos de azar mediante máquinas eletrônicas programadas - MEPS. Revista ADPESP, São Paulo, v. 24, n. 34, p. 143- 165, dez.. 2004.

<sup>99</sup> DRUMMOND, Aaron; SAUER, James D. Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. Nature Human Behaviour, v. 2, n. 8, p. 530-532, 18 jun. 2018

## CONCLUSÃO

Diante de tudo que foi exposto, o que primeiro pode-se extrair da análise é que os primeiros passos foram dados finalmente. Não há dúvidas que o caminho a ser trilhado do ponto de vista de debater e solucionar os problemas gerados pelas práticas abusivas no contexto dos jogos eletrônicos ainda é longo, porém, comparado ao início da última década, já foi possível sair da inércia. Além disso, já é possível identificar alguns reflexos na prática dessa sistematização.

Entretanto, do ponto de vista do Brasil, percebe-se que a situação ainda se encontra mais estagnada comparada a Europa ou China. Os principais impactos observados no nosso ecossistema de jogos eletrônicos aconteceu de forma indireta ao que foi observado nessas outras realidades geográficas, políticas e legais citadas. As empresas desenvolvedoras buscam padronizar seu produto ao redor do mundo, salvo certas modificações feitas para respeitar a cultura local de determinado país. Desse modo, o jogador do Brasil, inevitavelmente, foi impactado pelas modificações estruturais realizadas pelas desenvolvedoras em decorrência da legislação de países estrangeiros, pois em diversos casos a eficácia dessas normas não se conteve somente no próprio contexto nacional do país em questão.

Sendo assim, ainda é necessário que o Brasil tome suas próprias rédeas para proteger o seu consumidor cidadão, seja por meio da aplicação de conceitos existentes e tratados anteriormente quanto à proteção dos direitos do consumidor, ou seja por meio da elaboração de novos projetos de lei que tratem diretamente das matérias relacionadas às práticas abusivas em videogames, como a complexa questão das loot boxes por exemplo. Todavia, faz-se importante que, caso criadas novas leis a respeito desta temática, que sejam observadas, também, a liberalidade do fornecedor nos limites da lei e da boa-fé da concorrência no livre mercado.

Conforme a análise deste trabalho, foi possível verificar que o contexto em que as práticas abusivas se manifestam, na realidade dos jogos eletrônicos, pode ser muito obscuro e de difícil compreensão para quem não está acostumado e habituado com o jogo em específico do caso concreto, ainda que o indivíduo possua experiência com jogos em geral. Sendo assim, é necessário que haja uma compreensão prévia

por parte dos legisladores dos tipos de práticas que são observadas, bem como a elaboração de soluções adequadas e coerentes.

Analisar essa questão sob uma ótica maniqueísta pode ser perigosa e gerar efeitos negativos inesperados. Como dito anteriormente, o modelo de transação in-game é muito utilizado no contexto de jogos gratuitos para jogar, em muitos casos desenvolvidos por empresas independentes sem grande apelo no mercado internacional. Deste modo, simplesmente proibir completamente esse tipo de prática poderia levar a falência ou a inviabilidade do trabalho de artistas digitais que encontraram, nestes moldes, uma forma de financiar seus projetos. Por isso que a análise casuística de cada caso concreto se faz imprescindível para compreender a situação.

Além disso, conforme demonstrado, a própria natureza abusiva de determinadas práticas citadas só possui esse caráter negativo dependendo da sua aplicação. O próprio conceito de loot box, apesar de muito polêmico, pode ser aplicado em um contexto que seja justo para com o consumidor, com a ausência da cobrança de dinheiro real, por exemplo. Deste modo, mais uma vez resta salientado que o caminho para solucionar tal problema dificilmente será concretizado simplesmente por meio de mecanismos gerais de proibição, mas sim por meio da razoabilidade e entender a real necessidade dos afetados.

Dessa forma, uma solução mais adequada no lugar do banimento e proibição de práticas em torno de microtransações e loot boxes seria a adequação ao equilíbrio da relação de consumo. O exemplo de outros países como a exigência da transparência de informações e um contexto que essas práticas não atuem de forma análoga a jogos de azar poderia mitigar o problema sem a necessidade da proibição. Já no tocante ao princípio da confiança seria necessário definir um prazo razoável em que a expectativa de continuidade do serviço contratado seja respeitada sem que haja frustrações geradas por parte dos fornecedores.

Ainda assim, via de regra, é possível afirmar que os princípios básicos da relação consumerista previstos no Código de Defesa do Consumidor e da Constituição Federal de 1988 não são devidamente respeitados nesse tipo de relação de consumo. A violação e falta de clareza do direito de informação é só um dos exemplos de como as práticas citadas criam um ambiente lesivo e prejudicial ao

consumidor, principalmente tendo em vista que uma parcela considerável desse público são menores de idade.

Nessa mesma linha, diante do alto potencial lucrativo de jogos eletrônicos de grande porte e sob a ótica do Direito Brasileiro, é possível que tais empresas possam ser responsabilizadas objetivamente por essas condutas. Isso pois, as respectivas práticas além de serem abusivas e prejudiciais ao consumidor final, são difundidas em larga e ampla escala, muitas vezes sem controle e razoabilidade, não sendo possível, portanto, desconsiderar a possibilidade e probabilidade de punições que independem da existência de dolo.

Por fim, em decorrência da ineficiência do Estado em coibir essas práticas de mercado que se tornaram imensamente comuns, os órgãos de defesa do consumidor e o Poder Legislativo devem tomar uma postura mais ativa para combater os citados excessos e garantir os devidos direitos do jogador e consumidor. Dessa forma, a união de estudos como este apresentado, debates e visibilidade e publicidade do problema referente às práticas abusivas em videogames é possível que seja construído um ambiente mais saudável e equilibrado entre os jogadores e as desenvolvedoras. Resta apenas que o tema seja tratado com a devida seriedade e respeito que merece e não somente visto como um segmento irrelevante como infelizmente e costumeiramente referenciado pela mídia e membros do governo.

## REFERÊNCIAS

ACTIVISION BLIZZARD. 2021 Annual Report. 2022. Disponível em: <https://investor.activision.com/annual-reports>. Acesso em: 01 nov. 2023.

BALDAN, Édson Luís. Jogos de azar mediante máquinas eletrônicas programadas - MEPS. Revista ADPESP, São Paulo, v. 24, n. 34, p. 143- 165, dez.. 2004.

BARBOZA, Eduardo; SILVA, A. A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame. In: 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, 2014, Campo Grande. Disponível em: [https://youtu.be/\\_CkfjAdi1XA](https://youtu.be/_CkfjAdi1XA) Acesso em 16 de Maio. 2023.

BARBOSA, Nathalia Peixoto. A regulamentação das microtransações em jogos eletrônicos e a proteção do consumidor. In: Revista de Direito do Consumidor, v. 126, set./out. 2020, p. 309

BARROSO, Luís Roberto. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Saraiva Educação, 2019

BELGISCHE KANSSPELCOMMISSIE. Onderzoeksrapport loot boxen. Bélgica, 2018. Disponível em: <https://www.gamingcommission.be/nl/publicaties/rapporten>. Acesso em: 10 de Novembro de 2023.

BENJAMIN, Antonio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo. IX. Práticas Abusivas In: BENJAMIN, Antonio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo Manual de Direito do Consumidor. São Paulo (SP): Editora Revista dos Tribunais. 2021. Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/secao/ix-praticas-abusivas-manual-de-direito-d-o-consumidor/1250397078>. Acesso em 11 de outubro de 2023.

BRASIL, Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Lei 9.340 de 09 de Janeiro de 1996. Dispõe sobre o comércio de álbuns de figurinhas, no Estado de São Paulo. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo 1996. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/1996/lei-9340-09.01.1996.html>. Acesso em 09 de dezembro de 2023.

BRASIL, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 4148, de 18 de julho de 2019. Dispõe sobre a aquisição de Caixa de Recompensa em jogos eletrônicos e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2019. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=1781141&filename=PL%204148/2019](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1781141&filename=PL%204148/2019). Acesso em 09 de dezembro de 2023.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em 09 de dezembro de 2023.

BRASIL, Recurso Especial número 1329556 da 3ª turma. Supremo Tribunal de Justiça. Brasília 2014. Disponível em:  
<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/157527150/relatorio-e-voto-157527162>. Acesso em 15 de Outubro de 2023.

BRASIL, Senado Federal. Projeto de Lei 186/14 que dispõe sobre a exploração de jogos de azar em todo o território nacional. Disponível em:  
<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/117805>. Acesso em: 10 de Novembro de 2023.

CIPOLI, Pedro. O que é Freemium?. Canaltech, 2012. Disponível em:  
<https://canaltech.com.br/software/O-que-e-Freemium/>. Acesso em: 13 de Novembro de 2023.

CORRÊA, João Vitor Gomes. A legalidade das loot boxes em jogos eletrônicos. Jus.com.br, 17 de Junho de 2020. Disponível em  
[https://jus.com.br/artigos/83238/a-legalidade-das-loot-boxes-em-jogos-eletronicos#\\_ftn5](https://jus.com.br/artigos/83238/a-legalidade-das-loot-boxes-em-jogos-eletronicos#_ftn5). Acesso em 30 de Março de 2023

D. L. King and P. H. Delfabbro, Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder. *Addiction*, 113(11), 2018, p.1967-1969.

DRUMMOND, Aaron; SAUER, James D. Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. *Nature Human Behaviour*, v. 2, n. 8, p. 530-532, 18 jun. 2018

DUTCH GAMES ASSOCIATION. Loot boxes & Netherlands Gaming Authority's findings. 2019. Disponível em:  
<https://dutchgamesassociation.nl/2018/04/26/loot-boxes-netherlands-gaming-authoritys-findings/>. Acesso em: 10 Novembro de 2023.

FANTINI, Laiane Maris; FANTINI, Eduardo; GARROCHO. A Regulamentação das Loot boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. XVIII SBGames, out. 2019. p. 1254. Disponível em:  
<https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

FERNANDES, Antonio Scarance. Considerações sobre o "vídeo-pôquer" como atividade criminal. *Revista Justitia, Procuradoria Geral de Justiça e Associação Paulista do Ministério Público*, São Paulo, ano 52, volume 152, outubro/dezembro, 1990, p. 84-92.

FERNANDES NETO, Guilherme. Abuso do direito no Código de Defesa do Consumidor. Cláusulas, práticas e publicidades abusivas. Brasília: Brasília Jurídica, 1999. p 92.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017.



FERREIRA, Ana Paula. Direito de arrependimento na compra de jogos on-line: saiba como funciona. Estado de Minas [online]. Belo Horizonte, 24 ago. 2022. Disponível em:

<https://www.em.com.br/app/noticia/empresas/2022/08/24/interna-empresas,1388770/direito-de-arrependimento-na-compra-de-jogos-on-line-saiba-como-funciona.shtml>.

Acesso em: 01 de abril de 2023

FERREIRA, Tamires. Fortnite: Epic Games vence processo judicial contra venda ilegal de contas. Olhar Digital 2022. Disponível em:

<https://olhardigital.com.br/2022/05/11/games-e-consoles/fortnite-epic-games-vence-processo-judicial-contra-venda-ilegal-de-contas/>. Acesso em 09 de Novembro de 2023.

FICO, Bernardo de Souza Dantas ; FONSECA, Bruno Blum. Direito de arrependimento na compra de game. Consultor Jurídico, 15 ago. 2022. Disponível em:

<https://www.conjur.com.br/2022-ago-15/ficoe-fonseca-direito-arrependimento-compra-game>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

FILHO, Afrânio de Amorim Francisco Soares; MACHADO, Matheus Feijó; SANTIAGO, Sandro Breval; JÚNIOR, Armando Araújo de Souza. Microtransações em jogos eletrônicos: panorama do comportamento e motivações de jogadores ativos para o consumo de bens e serviços virtuais. Revista de Administração, Sociedade e Informação, 2022. Disponível em:

[https://rasi.vr.uff.br/public/site/images/PDF/724\\_rasi.pdf](https://rasi.vr.uff.br/public/site/images/PDF/724_rasi.pdf). Acesso em 14 de Agosto de 2023.

GANIKO, Priscila. Entenda como a polêmica de Battlefront II pode mudar a microtransações em jogos. Nerdbunker, 2017. Disponível em:

<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/entenda-como-polemica-de-battlefront-ii-pode-mudar-as-microtransacoes-em-jogos/>. Acesso em 10 de Dezembro de 2023.

GUGELMIN, Felipe. EA vai desligar servidores de FIFA 18, 19, 20 e 21. Adrenaline, 2023. Disponível em:

<https://www.adrenaline.com.br/games/ea-vai-desligar-servidores-de-fifa-18-19-20-e-21>. Acesso em 15 de Outubro de 2023.

LIMA, Rafaela Silva. A Relação Jurídica de consumo em consonância com o Princípio da Confiança. Jus.com 20 de Novembro de 2014. Disponível em

<https://jus.com.br/artigos/33939/a-relacao-juridica-de-consumo-em-consonancia-com-o-principio-da-confianca>. Acesso em 28 de Agosto de 2023.

LIMA, Ramon Richardson Torres. Possibilidades de regulação das loot boxes no Brasil. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Universidade de Brasília, Brasília, 2022. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/32176>  
Acesso em 04 de Junho de 2023.

LOPES, Thaime. Sem filmes em 2020, o grande evento dos heróis da Marvel foi em Fortnite. UOL, 2020. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2021/01/10/sem-filmes-em-2020-o-gran>

de-evento-dos-herois-da-marvel-foi-em-fortnite.htm. Acesso em 14 de Novembro de 2023.

KARLMALI, Luke. Revolta com Gráficos de Watch Dogs fez Ubisoft Rever suas Políticas. IGN, 2015. Disponível em: <https://br.ign.com/watchdogs/5525/news/revolta-com-graficos-de-watch-dogs-fez-ubisoft-rever-suas-politicas>. Acesso em 10 de Dezembro de 2023.

MENDES, Paulo R. C.; SOUZA, Welton M. de; FREITAS, Pedro V. A. de; COSTA, Carlos V. M.; OLIVEIRA, Ruy G. S. G. de; NETO, Carlos de Salles S. Um Estudo de Caso de Expressividade do Meta-Modelo de Monetização de Jogos Meta-F2P. In: Pôsteres - Simpósio Brasileiro de Sistemas Multimídia e Web (WEBMEDIA), 2016, Teresina. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2016. p. 153-156). Disponível em: [https://sol.sbc.org.br/index.php/webmedia\\_estendido/article/view/4904](https://sol.sbc.org.br/index.php/webmedia_estendido/article/view/4904). Acesso em: 28 de Maio de 2023.

MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 8. ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: RT, 2019.

MIRANDA, Marcelo Barça Alves de. Quem São os Consumidores Hipossuficientes nas Relações de Consumo? Jus Brasil, Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/quem-sao-os-consumidores-hipossuficientes-nas-relacoes-de-consumo/204108252>. Acesso em 09 de outubro de 2023.

MONTEIRO, Rafael. Overwatch 2 é grátis, tem crossplay e mais: veja 7 novidades do game. TechTudo 2022. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/10/overwatch-2-e-gratis-tem-crossplay-e-mais-veja-7-novidades-do-game.ghtml>. Acesso em 10 de Novembro de 2023.

NIELSEN, R. K. L., & Grabarczyk, P. (2019). Are Loot Boxes Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games. Transactions of the Digital Games Research Association, 4, p. 171-207.

NOGUEIRA, João Gabriel. Por que existem DLCs, lançamentos incompletos e tantos jogos "requeentados"? Adrenaline, 2015. Disponível em: <https://www.adrenaline.com.br/games/por-que-existem-dlcs-lancamentos-incompletos-e-tantos-jogos-requeentados/>. Acesso em 13 de Novembro de 2023.

NUNES, Ana Paula de Castro. Direito de arrependimento nas compras realizadas pela internet. In: Revista de Direito do Consumidor, v. 103, 2016.

NUNES, Luís Antônio Rizzatto. Curso de Direito do Consumidor. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

O SAED, Sherif. It takes over 4,500 hours of play, or \$2,100 to unlock all content in Star Wars: Battlefront 2, according to player estimates. VG24/7, 2017. Disponível em: <https://www.vg247.com/it-takes-over-4500-hours-of-play-or-2100-to-unlock-all-content>

t-in-star-wars-battlefront-2-according-to-player-estimates. Acesso em: 01 de Novembro de 2023.

PINHEIRO, Paloma. Call of Duty: Warzone Caldera Será Encerrado em Setembro. Nerdbunker, 2023. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/call-of-duty-warzone-caldera-sera-encerrado/> . Acesso em 10 de Novembro de 2023.

PLAYSTATION. Como solicitar um reembolso em uma compra na PlayStation Store. 2023. Disponível em: <https://www.playstation.com/pt-br/support/store/ps-store-refund-request/>. Acesso em 14 de Novembro de 2023.

RODRIGUES, Ricardo. Da primeira à última geração: a evolução dos jogos eletrônicos. Ingram Micro, 2021. Disponível em: <https://blog.ingrammicro.com.br/gaming/evolucao-dos-jogos-eletrnicos/> . Acesso em: 13 de Novembro de 2023.

SCHWIDDESSEN, Sebastian. French Gambling Regulator Releases Its Position on Loot Boxes. Baker Mckenzie, 2018. Disponível em: <https://www.connectontech.com/french-gambling-regulator-releases-its-position-on-loot-boxes/> . Acesso em: 01 nov. 2023.

SILVA, Anderson Schreiber da. Jogos eletrônicos, dinheiro virtual e proteção do consumidor: uma abordagem jurídica. In: Revista de Direito do Consumidor, v. 102, 2016, p.22

SILVA, Juliana Barbosa da. Proteção do Consumidor nos Jogos Online: Aspectos Contratuais e Regulatórios. In: Revista Brasileira de Direito do Consumidor, v. 29, n. 1, jan.-fev. 2020, p. 80

SILVA, Paulo. EA SPORTS FC 24 uma análise ao Ultimate Team. PPLWARE, 2023. Disponível em: <https://pplware.sapo.pt/jogos/ea-sports-fc-24-uma-analise-ao-ultimate-team/>. Acesso em 15 de Outubro de 2023.

SIRANI, Jordan; ROSA, Vlka. Mais de 100 horas só para a história principal! Os 11 jogos com campanhas mais longas de todos os tempos. IGN. 2023. Disponível em: <https://br.ign.com/dragon-warrior-vii/108600/lists/mais-de-100-horas-so-para-a-historia-principal-os-11-jogos-com-campanhas-mais-longas-de-todos-os-tem>. Acesso em 01 de Novembro de 2023.

Sodré MYAR. A (IN) APLICABILIDADE DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO ÀS COMPRAS DE PASSAGENS AÉREAS PELA INTERNET. Anais do 17 Simpósio de TCC e 14 Seminário de IC do Centro Universitário ICESP. 2019(17); 678-700

SOUSA, Alexandre Barbosa de. Propaganda enganosa em jogos eletrônicos. Revista Jurídica, v. 25, n. 2, p. 45-58, 2017

STEAM. Reembolsos no Steam. 2023. Disponível em: [https://store.steampowered.com/steam\\_refunds/?l=brazilian](https://store.steampowered.com/steam_refunds/?l=brazilian). Acesso em 14 de Novembro de 2023.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Análise do Mecanismo de Monetização de Jogos Eletrônicos sob a Ótica da Legislação Brasileira e de seus Reflexos Jurídicos e Sociais sobre o Público Infante Juvenil. Nota Técnica, p 19 .2023. Disponível em: [https://www.tjdft.jus.br/consultas/notas-tecnicas/nt\\_loot\\_boxes\\_-aprovada.pdf](https://www.tjdft.jus.br/consultas/notas-tecnicas/nt_loot_boxes_-aprovada.pdf). Acesso em 09 de Novembro de 2023

VIEIRA, Douglas. Saudades gamer: como as locadoras de videogames funcionavam? Voxel, 2023. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/voxel/263983-saudades-gamer-locadoras-videogames-funcionavam.htm>. Acesso em: 13 de Novembro de 2023

VINHA, Felipe. O que são jogos pay to win (P2W)? Entenda o que é, exemplos e polêmicas. TechTudo, 2022. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/10/o-que-sao-jogos-pay-to-win-p2w-entenda-o-que-e-exemplos-e-polemicas.ghtml>. Acesso em: 13 de Novembro de 2023.

WATANABE, Kazuo. Direito do Consumidor: Teoria e Prática. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018.

XIAO, Leon Y. Which Implementations of Loot Boxes Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms. Int J Ment Health Addiction (2020). Disponível em <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00372-3>. Acesso em 02 de Junho de 2023.