



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
ESCOLA SUPERIOR DA MAGISTRATURA – ESMA/PB  
ESPECIALIZAÇÃO EM PRÁTICA JUDICANTE**

**CARLOS EDUARDO MADRUGA CARNEIRO FEITOSA**

**A LUDIFICAÇÃO DO AZAR NOS JOGOS ELETRÔNICOS**

**JOÃO PESSOA  
2019**

**CARLOS EDUARDO MADRUGA CARNEIRO FEITOSA**

**A LUDIFICAÇÃO DO AZAR NOS JOGOS ELETRÔNICOS**

Monografia apresentada ao programa de pós-graduação e especialização em prática judiciária e preparação à Magistratura da Escola Superior da Magistratura da Paraíba como requisito para obtenção do título de especialista.

**Orientadora:** Herleide Herculano Delgado.

**Área:** Direito do Consumidor.

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

F3111 Feitosa, Carlos Eduardo Madruga Carneiro.  
A ludificação do azar nos jogos eletrônicos [manuscrito] /  
Carlos Eduardo Madruga Carneiro Feitosa. - 2019.  
58 p. : il. colorido.  
Digitado.  
Monografia (Especialização em Prática Judicante) -  
Universidade Estadual da Paraíba, Pró-Reitoria de Pós -  
Graduação e Pesquisa, 2019.  
"Orientação: Prof. Me. Herleide Herculano Delgado , Departamento  
de Ciências Jurídicas - CH."  
1. Loot Box. 2. Jogos de azar. 3. Direito do consumidor. I.  
Título  
21. ed. CDD 343.071

CARLOS EDUARDO MADRUGA CARNEIRO FEITOSA

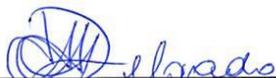
A LUDIFICAÇÃO DO AZAR NOS JOGOS ELETRÔNICOS

Monografia apresentada ao programa de pós-graduação e especialização em Prática Judicante da Escola Superior da Magistratura da Paraíba como requisito para obtenção do título de especialista.

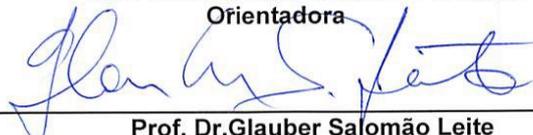
Nota 10

Aprovado em: 14/05/19

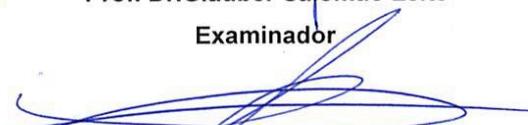
BANCA EXAMINADORA



Profa. Ma. Herleide Herdulano Delgado  
Orientadora



Prof. Dr. Glauber Salomão Leite  
Examinador



Profa. Ma. Laryssa Mayara Alves de Almeida  
Examinadora

JOÃO PESSOA

2019

Dedico esse trabalho a minha família, pois eles são a fonte de minha força e perseverança.

## **AGRADECIMENTOS.**

A meu pai Romero Carneiro Feitosa, aquém me espelho e admiro, fonte de minha paixão pelo Direito.

A minha mãe Maria Aline Madruga, uma mulher de grande fibra moral, responsável pela minha criação e meu senso de moralidade e justiça.

Aos meus avôs, Humberto Pequeno Madruga e Thereza Helena Madruga, que do céu oram por mim.

Aos professores e funcionários do Curso de Especialização e prática judicante da ESMA-PB, em especial, Margareth de Almeida Ramalho Maciel por me incentivar a escrever esse trabalho.

Por fim, agradeço a Deus, pela minha vida e minha família.

## RESUMO

O presente estudo busca entender, de um ponto de vista jurídico-consumerista, o método de monetização de produtos conhecido como *loot box*. Essa pesquisa tem, como principal objetivo, entender a legalidade desse método de monetização no Brasil e a existência de possíveis fatos impeditivos de sua exploração, servindo como um passo inicial para pesquisas de maior profundidade sobre seus efeitos e riscos ao consumidor. Para esse propósito, o projeto contará com uma pesquisa exploratória na doutrina e legislação Brasileira, utilizando-se do método de pesquisa bibliográfica e documental. As *loot boxes* utilizam-se de técnicas de jogos de azar na monetização de produtos, muitas vezes sendo necessários várias *loot boxes* para a obtenção do produto desejado. Dessa forma, esse trabalho acadêmico levará em consideração o decreto-lei nº 3.688 de 1941 que proíbe a exploração de jogos de azar e os conflitos presentes entre o modelo de monetização estudado e os artigos 6º, 37 e 39 do Código de Defesa do Consumidor, conclui-se que a comercialização de produtos e jogos eletrônicos que contenham *loot boxes* está contra a legislação pátria, de forma que sua exploração deve ser proibida e os produtos adaptados ou retirados do mercado.

**Palavra-Chave:** *Loot Box*. Direito do Consumidor. Jogos de azar.

## ABSTRACT

The present study seeks to understand, from a legal and consumerist point of view, the method of monetization of products known as loot box. This research has, as its main objective, to understand the legality of this method of monetization on Brazil and the existence of possible facts impeding its exploration, serving as an initial step for further research on its effects and risks to the consumer. For this purpose, the Project will have an exploratory research in the Brazilian law doctrine and legislation, using the method of bibliographical and documentary research. Loot boxes use gambling techniques in the monetization of products, often requiring several loot boxes to obtain the desired product. Thus, this academic work will take into account the Decree-law nº 3.688 from 1941, which prohibits the exploration of gambling and the conflicts between the studied monetization model and the articles 6, 37 and 39 of the Consumers Defense Code, it is concluded that the commercialization of products and electronic games containing loot boxes are against the national law. In that case, its exploration should be forbidden and products adapted or withdrawn from the Market.

**Keywords:** Loot boxes, Consumers Law, gambling.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 DOS JOGOS ELETRÔNICOS E A MONETIZAÇÃO POR <i>LOOT BOX</i></b> .....	13
<b>2.1 <i>Loot boxes: aspectos gerais</i></b> .....	14
2.1.1 A monetização através da <i>loot box</i> no mercado.....	17
2.1.2 Dos riscos envolvendo as <i>loot boxes</i> .....	22
<b>3 DA APLICAÇÃO DO DIREITO BRASILEIRO</b> .....	28
<b>3.1 Do direito do consumidor</b> .....	28
<b>3.2 Das <i>loot boxes</i> como jogos de azar</b> .....	44
3.2.1 Do projeto de lei do Senado nº 186 de 2014.....	50
<b>4 CONCLUSÃO</b> .....	54
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	56

## 1 INTRODUÇÃO

A humanidade vive em uma sociedade que cada vez mais se encontra incorporada com a tecnologia, nesses tempos modernos, indústrias inteiras se adaptaram para o mundo da internet e é nesse contexto que o comércio tradicional deu lugar ao comércio eletrônico.

Várias são as indústrias que hoje em dia exploram o comércio por meios digitais, entre elas, a indústria de jogos eletrônicos é uma das mais inovadoras, desenvolvendo diversos meios para a monetização de seus produtos dentro do espaço digital.

A comercialização dos jogos eletrônicos é feita não apenas de forma tradicional, onde se cobra um único valor pelo produto, mas também por meios alternativos, a exemplo do modelo de subscrição mensal, onde se paga um valor todo mês; e do modelo de microtransação, onde se vende produtos opcionais ou serviços dentro do jogo.

Nos últimos anos, a grande inovação no comércio de jogos eletrônicos é a monetização através de *loot boxes*, palavra de origem inglesa que em uma tradução livre significa caixa de saque, esse método de monetização se assemelha ao método de microtransações, no sentido de que são fornecidos serviços, itens e outros produtos de dentro do jogo.

Porém, diferente das microtransações, as *loot boxes* não permitem a obtenção do produto desejado através de uma transação direta, em vez disso, o consumidor tem de adquirir um pacote virtual, que pode ou não conter o produto desejado.

O conteúdo desse pacote é um item aleatório, escolhido por chance pelo sistema do jogo, dentre os possíveis itens estão itens de maior raridade, com uma menor chance de obtenção e maior valor, e itens mais comuns com uma maior chance de obtenção e menor valor.

Muitos são os jogos produzidos com a ideia de monetização por *loot boxes*, usando de técnicas com o intuito de persuadir o consumidor em adquirir as mesmas, seja bloqueando um conteúdo desejável dentre os itens da *loot box*, exigindo a dedicação de centenas de horas no jogo para desbloqueá-lo ou a constante exposição de propaganda dentro do jogo com o intuito de convencer o usuário a adquiri-la.

Esses usuários se encontram em uma situação particularmente vulnerável, pois, são assediados para que adquiram *loot boxes*, os mesmos não tendo acesso à informações básicas do produto ou meios mais diretos de sua aquisição e muitos deles possuem um agravante, muitos são jovens e crianças, hipervulneráveis perante a lei e impetuosas por natureza.

Posto isso, é possível visualizar a existência de uma relação de consumo predatória, baseada na ignorância do consumidor e na exploração de elementos de jogos de azar com o único objetivo de maximizar os lucros dessas empresas, relação essa que afeta precisamente parte da população mais vulnerável.

Por essa razão, surge a necessidade e relevância de estudar o tema a luz do direito brasileiro, procurando entender se a prática de monetização através dessas “caixas de saque” é legalmente aceitável ou predatória e necessitando de uma intervenção por parte do Estado.

O presente trabalho monográfico dissertará sobre o tema, mostrando que essa prática não só fere o direito do consumidor, mas é ilegal em razão de sua semelhança a um jogo de azar, necessitando por parte do Estado uma intervenção no mercado de forma a proibir ou demandar uma adaptação dos produtos, retirando os elementos nocivos.

O objetivo geral do estudo é entender a situação jurídica em que se encontra a monetização através da *loot box* no Brasil. Como objetivos específicos, o mesmo procura identificar os conflitos entre a norma brasileira e a prática de monetização por este método, analisar o que há de predatório na mesma e proporcionar uma maior familiaridade sobre o tema, sendo um passo inicial para pesquisas de maior profundidade.

O Trabalho monográfico contara com uma pesquisa de natureza exploratória, utilizando-se dos métodos de pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica utiliza de livros doutrinários do ramo do Direito do Consumidor, Direito do Comércio Eletrônico a exemplo de Maria Helena Diniz, Flávio Tartuce e Rizzato Nunes, pesquisas e livros que se referem à *loot boxes* e comércio eletrônico como no caso do livro *Red Wired: China's Internet revolution*. Já a pesquisa documental emprega o uso da Constituição da República Federativa do Brasil, o Código de

Defesa do Consumidor, o Código Civil, o Decreto-Lei n.º 9.215 de 1946, artigos e notícias jornalísticas sobre o tema<sup>1</sup>.

O capítulo 2 elabora uma perspectiva temporal e contextual sobre o tema, abordando a evolução dos jogos eletrônicos e suas formas de monetização, os eventos mais recentes que dizem respeito à *loot boxes*, suas características e riscos.

Já o Capítulo 3 passa a desenvolver o tema apresentado no capítulo 2 de um ponto de vista jurídico, apontando a legislação e artigos que são violados pela monetização por *loot boxes* e o porquê dessas violações.

Por fim, o trabalho representa um passo importante na aplicação multidisciplinar do Direito do Consumidor e do Direito Eletrônico no mercado de jogos eletrônicos, servindo como um ponto de partida para pesquisas mais profundas sobre o tema, formando uma base para a defesa dos consumidores desse tipo de produto através de Ação Civil Pública, exercício direto do poder pelo Estado, e defesa individual ou coletiva dos consumidores através de advogados ou do Ministério Público.

---

<sup>1</sup> GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa, 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 2002. p. 41, 44 e 45.

## 2 DOS JOGOS ELETRÔNICOS E A MONETIZAÇÃO POR *LOOT BOX*

Inicialmente, é necessária uma explicação quanto aos jogos eletrônicos como uma forma de entretenimento, essa explicação tem como objetivo evitar uma confusão por parte do leitor quanto ao conceito de jogo eletrônico, terminologia que pode ser utilizada para identificar tanto a mídia de entretenimento quanto ao contrato de jogo que é realizado através de meios eletrônicos.

Para esse trabalho, como regra, o termo jogo eletrônico refere-se à mídia de entretenimento, também conhecida como vídeo jogo e *vídeo game*, uma forma de mídia que se inicia por volta da década de 50 e cresceu para se tornar uma das maiores indústrias de entretenimento no mundo.

Várias são as razões que levaram o crescimento da Indústria de jogos, mas entre elas, encontra-se a grande adaptabilidade dos jogos em se monetizarem, seja na monetização por moedas em fliperamas, na venda de licenças de usos por valores tradicionais, através da monetização por publicidade ou pela monetização através de micro transações e *loot boxes*.

Dessa forma, a exploração dos jogos eletrônicos se mostrou não só um negócio lucrativo, mas vastamente adaptável para os meios físicos e virtuais, permitindo um alcance maior de consumidores em todo o mundo.

Porém, essa adaptabilidade também permite a prática de abusos por parte da indústria de jogos eletrônicos, elaborando inventos e novas práticas que violam os direitos individuais e coletivos dos consumidores em busca de um lucro maior, de um ano fiscal melhor ou de maior atratividade para investidores.

Essas inovações variam das mais diversas formas, um exemplo recente foi a patente registrada pela desenvolvedora e distribuidora de jogos eletrônicos Activision Blizzard que em 2017 registrou uma patente com a intenção de manipular os jogadores a adquirirem suas microtransações.

A Activision registrou uma patente nos Estados Unidos com o propósito de usar o sistema de matchmaking, usado para encontrar jogadores em partidas online, de forma a manipular os jogadores e a encorajar a compra de microtransações.

De acordo com a descrição da patente, o sistema poderá incluir partidas organizadas para influenciar a compra de itens in-game. Num dos cenários possíveis, um jogador menos experiente seria colocado na mesma partida de um jogador mais experiente, para

encorajar que o jogador menos experiente comprasse os itens do outro jogador.<sup>2</sup>

Dentro dessas inovações encontra-se uma forma de monetização que é particularmente problemática em razão de sua semelhança com jogos de azar, a monetização por *loot Box*, esse tipo de monetização se utiliza de elementos aproximados aos jogos de azar, como a aleatoriedade, e aos contratos de jogo em meio eletrônico, misturando a definição de jogos eletrônicos de entretenimento e a definição de jogos de azar em meio eletrônico.

## 2.1 *Loot boxes*: aspectos gerais

Como brevemente descrito anteriormente, a *loot box* é uma forma de monetização de produtos, usualmente utilizada no mercado de jogos eletrônicos, que através de um mecanismo de sorteio, concedem aos seus adquirentes um item diverso de valor e qualidade variável.

A partir dessa descrição, é possível definir alguns aspectos que conferem a *loot box* sua própria identidade entre os demais meios de monetização no mercado de jogos eletrônicos.

O primeiro aspecto que define as *loot box* como uma forma de monetização é a possibilidade de aquisição destas através de dinheiro, esta aquisição pode se dar através de uma transação direta entre a *loot box* e o dinheiro, ou indiretamente através de uma moeda virtual, que pode funcionar como uma forma de embaçar a relação financeira entre aquisição de produto ou serviço e contraprestação em dinheiro.

O debate sobre esse novo sistema deu origem a uma *class action* na Califórnia promovida por uma associação de pais. Nessa ação, o grupo alega que não foram prestadas as devidas informações sobre a possibilidade de compras embutidas nos aplicativos. Como consequência, as crianças, ao usarem os aparelhos, eram incentivadas a empregar as moedas de determinado jogo sem saber que estavam realizando negócios jurídicos de compra e venda, dada a linha tênue entre fantasia e realidade. O jornal *Washington Post* relata que uma criança de oito anos, brincando com o aplicativo

---

<sup>2</sup> Loureiro, Jorge. *Activision com patente de matchmaking para vender microtransações*. Disponível em: < <https://www.eurogamer.pt/articles/2017-10-18-activision-com-patente-de-matchmaking-para-vender-microtransacoes>>. Acessado em: 14 de Abril de 2019.

*Smurfs' Village*, gastou 1.400 dólares durante as férias de inverno<sup>3</sup>.  
(Canto. P.89. 2015)

Nesse caso, a moeda virtual serve como um intermediário entre a *loot box* e a transação por dinheiro, dessa forma, o consumidor tem de adquirir uma moeda virtual por dinheiro e depois utilizar-se dessa moeda virtual para adquirir a *loot box*.

Porém, em alguns jogos eletrônicos, é possível adquirir quantidades limitadas da moeda virtual de forma gratuita dentro do jogo, servindo como uma espécie de amostra grátis para induzir o usuário a adquirir mais moedas por dinheiro e adquirir um número maior de *loot boxes*.

A primeira característica cria uma distinção entre a *loot box*, que é um meio de monetizar o jogo, e mecânicas de saque dentro de jogos, onde o jogador obtém itens aleatórios dentro do jogo como uma forma de recompensa por progredir dentro do jogo.

Dessa forma, enquanto que em jogos com mecânicas de saque dentro do jogo não são onerosas ao jogador, a *loot box* em razão da sua natureza transacional sempre será em seu todo ou parte, onerosa ao consumidor.

A segunda característica é uma inexistência ou dificuldade em obtenção desses produtos através do próprio jogo, ou seja, a obtenção desses itens por usufruto do jogo eletrônico é impossível ou se encontra bloqueada por um aumento artificial na dificuldade do jogo, por uma grande quantidade de horas necessárias para obtenção do produto ou de *loot boxes* concedidas como amostras grátis.

Esse segundo elemento é bastante criticado entre jogadores por passar a impressão de que os itens disponíveis dentro de uma *loot box* foram retirados do conteúdo básico do jogo ou sua obtenção dificultada, para então serem vendidos separadamente dentro da *loot box*.

Dessa forma, o jogador que deseja obter um desses itens é compelido a adquirir as caixas de saque, seja porque é a única forma de obter o item, seja porque desbloqueá-lo demoraria dezenas ou centenas de horas, ou em razão da

---

<sup>3</sup> Canto, Rodrigo Eidelwein do. A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico: a reconstrução da confiança na atualização do código de defesa do consumidor. Rodrigo Eidelwein do Canto. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. P. 89

falácia do amadurecimento das chances<sup>4</sup>, o item será obtido na “próxima” caixa de saque.

Essa segunda distinção separa a monetização através de *loot boxes* da monetização tradicional, já que nesta monetização não existe o bloqueio de itens dentro do jogo, de forma que todo o conteúdo se encontra liberado ou liberável sem a necessidade de pagamentos acessórios.

A terceira característica é a presença de um mecanismo de loteria para a obtenção de produtos. Dentro de uma *loot box* existem diversos itens que podem ser obtidos, porém, a escolha do produto não é uma opção do consumidor, pelo contrário, o produto escolhido é selecionado ao acaso.

Por essa razão, não é certo que o consumidor obtenha o item almejado na primeira *loot box*, muitas vezes sendo necessário a aquisição de dezenas de caixas de saque para a obtenção de um item específico.

Esse terceiro aspecto serve para distinguir a monetização estudada da monetização por microtransações, já que nesta existem produtos à venda dentro do jogo, porém, diferente das *loot boxes*, esses produtos podem ser escolhidos e adquiridos de forma direta pelo consumidor.

A Quarta característica é de que os itens disponíveis dentro de uma *loot box* possuem níveis de raridade, os itens de maior qualidade e valor possuem menores chances de obtenção, enquanto que os itens mais simples e de menor valor são o conteúdo comum de uma *loot box*.

Essas chances de obtenção de itens raros ou comuns não são frequentemente divulgadas pelas empresas, e quando divulgado, a mesma é de forma generalizada pela raridade, não especificando a percentagem de cada item.

Dessa forma, as chances de obtenção de um item específico na mesma categoria de raridade é muito menor do que a chance divulgada para obter um item qualquer que se encontra naquela categoria de raridade.

Esse quarto aspecto introduz a ideia de que adquirir uma *loot box* pode gerar dois resultados distintos: um ganho, em que o consumidor obtém um item desejado e valioso, ou uma perda, em que o consumidor obtém um item que não deseja ou de pouco valor.

---

<sup>4</sup>É a crença de que o resultado de um evento aleatório e independente implica em uma maior chance para outro resultado aleatório e independente em sentido oposto.

A interação entre esses aspectos e o consumidor provocam consequências sociais e jurídicas, envolvendo questões de saúde mental do consumidor, questões quanto a própria legalidade da prática de monetização por *loot boxes* e questões de violação do código de defesa do consumidor por empresas que usam esse método.

Essas questões não podem ser ignoradas a luz do direito brasileiro, sob o risco de danos à saúde mental do consumidor, à ordem pública e à estabilidade financeira dos consumidores.

### 2.1.1 A monetização através da *loot box* no mercado

A introdução do que hoje é conhecido como *loot box* no mercado de jogos eletrônicos foi feito de forma gradual, conforme o mercado de jogos eletrônicos evoluía.

Inicialmente, a monetização de jogos eletrônicos era feita através da venda de uma licença de uso, onde o usuário adquire o direito para utilizar a totalidade do software por uma quantia em dinheiro.

Porém, com a evolução da indústria e o surgimento de jogos gratuitos, novas formas de monetização foram criadas, entre elas, a microtransação e a *loot box*.

Embora a *loot box* é uma técnica característica do mercado de jogos eletrônicos, métodos análogos, a exemplo dos pacotes de figurinha, já existiam em outros setores, servindo de fonte de inspiração para a mesma.

É difícil precisar quem concebeu a ideia da *loot box*, porém, no livro *Red Wired: China's Internet revolution* encontramos a citação de pelo menos um dos pioneiros, o jogo chinês ZT online em 2006.

ZT Online era a definição de um jogo em que “O dinheiro é quem manda”...o time de desenvolvimento de Zhi também descobriu vários meios de fazer as pessoas gastarem mais. Entre as inovações, existia uma caixa de tesouros virtuais, que poderia conter itens de dentro do jogo com um valor até maior do que aquele da própria caixa. (Tradução Livre).<sup>5</sup> (Sherman e J. Christopher. p.144. 2010)

---

<sup>5</sup> Sherman. So e J. Christopher Westland. *Red Wired: China's Internet revolution*. Londres: *Marshall Cavendish Limited*. 1ª Edição. 2010. p.144

Com o tempo, o método de monetização se espalhou pela Ásia, dando origem a jogos eletrônicos chamados de *Gacha*<sup>6</sup>, provocando uma resposta por parte dos governos Japoneses, que através de regulamentações proibiu certas práticas nesses jogos. Como consequência, a indústria de jogos *gachas* passou por diversas adaptações com o objetivo de enquadrar-se na legislação japonesa.

Em meados de 2010 começou-se a inclusão do mecanismo de *loot box* em jogos desenvolvidos para o público ocidental, entre as primeiras empresas a explorar essa parte do mercado encontramos a Zynga, desenvolvedora de jogos para redes sociais e a Valve Corporation, desenvolvedora de jogos para computador.

A Valve Corporation iniciou a sua migração para o uso de *loot box* como uma forma de monetização ao adaptar o jogo *Team Fortress 2*, originalmente vendido pelo método tradicional, o mesmo ficou gratuito para jogar em 2010, em uma atualização que introduziu a *loot box* como uma forma de novas armas, itens de alteração cosmética, que modificam a aparência de personagens ou de itens, e itens que concediam benefício dentro do jogo.

Em razão do sucesso do novo método de monetização, a Valve Corporation lançou o seu segundo título com *loot boxes* como uma forma de monetização, o jogo *Counter-Strike: Global Offensive*, que além de conter *loot boxes* como uma forma de monetização, também exigia a compra de uma licença de uso do *software*.

Em ambos os jogos, a empresa contava com uma plataforma de venda e distribuição de jogos online de sua propriedade, o *software Steam*, como uma forma de centralizar os itens obtidos através de *loot boxes* e comercializar as licenças de uso de seus jogos.

A plataforma também permite que o jogador comercialize as suas *loot boxes* e itens obtidos com outros jogadores, dessa forma, o jogador pode vender um de seus itens e em troca, receber dinheiro de outro jogador.

Já em 2016, a Valve Corporation sofreu uma investigação pelo Governo Norte Americano em razão de que um grupo de terceiros se utilizou dos itens obtidos através de *loot boxes* do *Counter-Strike* e do sistema de compra e venda desses itens através da *Steam* para gerir um Cassino Virtual.

---

<sup>6</sup> Da palavra japonesa “Gachapon”, uma referência a máquinas de venda que oferecem bonecos e brinquedos plásticos sortidos em troca de dinheiro.

O problema tomaria novas proporções no ano de 2017, com a publicação do jogo *Star Wars Battlefront II*, da empresa Electronic Arts. Esse jogo contava com duas formas de monetização: a venda do jogo, através de sua licença de uso, e o uso de *loot boxes* para desbloquear itens de alteração cosmética, personagens e armas dentro do jogo.

Após o seu lançamento, os jogadores perceberam que grande parte do conteúdo do jogo se encontrava bloqueado, a exemplo de personagens icônicos para a franquia como Darth Vader e Luke Skywalker e apenas poderiam ser desbloqueados de duas formas diferentes, através de *loot boxes* ou investindo dezenas de horas para desbloquear um único personagem.

Porém, a quantidade de horas necessárias ou o valor necessário para desbloquear todo o conteúdo não era uma quantia razoável, muito pelo contrário, em média seriam necessárias 4.528 horas de jogo para desbloquear todo o conteúdo, ou o investimento de 3.111 *loot boxes*, totalizando 2.100 dólares americanos.

A grande quantidade de horas para desbloquear o conteúdo seguia a mesma lógica que tinha sido aplicada em *ZT Online*, um jogo feito sobre medida para jogadores que tinham mais dinheiro do que tempo.

As horas necessárias para desbloquear o conteúdo não existiam simplesmente como uma divisão do tempo necessário para aproveitar o jogo, existia como uma forma de convencer o jogador a adquirir *loot boxes*.

A reação dos consumidores e da mídia especializada acabou por trazer o problema à vista de países, legisladores e organizações e iluminando o público em geral sobre os problemas envolvendo a monetização de jogos eletrônicos através de *loot boxes*.

Em novembro de 2017 o político americano, e a época um dos representantes do Estado do Havaí, Chris Lee foi um dos primeiros oficiais eleitos a questionar as práticas predatórias existentes nas *loot boxes* e o risco que as mesmas representavam para o público infante-juvenil.

Em contrassenso, a agência regulamentadora da Nova Zelândia para jogos de azar, manifestou que *loot boxes* não são consideradas jogos de azar pela legislação local, em razão de seu foco não ser a obtenção de dinheiro por parte dos jogadores, dessa forma, não se classificando na legislação local de jogos de azar.

Já no ano de 2018, diante de todo o problema gerado, a empresa Electronic Arts decidiu por desabilitar as *loot boxes* dentro do *Star Wars Battlefront II*, nesse

mesmo ano, o governo holandês analisou e examinou 10 jogos eletrônicos, declarando que quatro desses jogos entram em conflito com a legislação do local sobre jogos de azar.

Ainda no ano de 2018, uma audiência pública realizada pelo senado australiano, através da *Australian Environment and Communications Reference Committee* foi realizado, contando com pesquisas de profissionais das áreas de computação, psicológica e membros de organizações de jogos de azar, jogos eletrônicos e associações de pais e filhos.

Semelhante a Nova Zelândia, Organizações no Reino Unido e na França manifestaram-se no sentido de que *loot boxes* não são consideradas jogos de azar pela legislação de seus respectivos países, seja por sempre fornecerem um produto, independentemente de sua raridade, ou por não permitirem a sua conversão em dinheiro.

Em sequência, o governo Belga tomou decisão semelhante, indicando que as *loot boxes* são uma forma de jogo de azar, determinando que os jogos presentes dentro do país se adequem à legislação local sob pena de uma investigação criminal.

Entre esses jogos, se encontrava o jogo FIFA 18, jogo de futebol eletrônico distribuído pela empresa *Electronic Arts*. Entre os modos de jogo, o modo *FIFA Ultimate Team*, dentro desse modo de jogo *loot boxes* são vendidas para a aquisição de jogadores virtuais, os quais o consumidor pode utilizar para montar o seu time dos sonhos.

Diante da recusa da empresa em adaptar o FIFA 18 e sua mais nova versão, FIFA 19 para a legislação local, iniciou-se na Bélgica uma investigação de natureza criminal em face da *Electronic Arts*.

Esse conflito entre o governo belga e a *Electronic Arts* foi resolvido em janeiro de 2019, quando a empresa anunciou que, muito embora não concordasse com a decisão do país, estaria retirando do mercado belga a opção de aquisição da moeda virtual através da compra com dinheiro, e é essa moeda virtual que é utilizada para adquirir as *loot boxes* do jogo.

Os eventos narrados servem de prova que o mercado de jogos eletrônicos não é capaz de se autorregular, já que o objetivo não é um consumo sustentável e saudável para o consumidor, mas a maximização do lucro independente das consequências sofridas pelos consumidores.

Porém, essas empresas são rápidas em reagir quando se deparam com o risco de regulamentação por parte do Estado, a exemplo do caso na Bélgica, em que a Eletronic Arts rapidamente ajustou seus produtos para evitar maiores problemas.

Como é possível perceber, não existe um consenso entre as organizações regulamentadoras de cada país, já que cada nação possui um ordenamento e legislação distintos, dessa forma, suas definições de jogo de azar sempre vão variar ou divergir, porém, é possível perceber que mesmo que não sejam considerados jogos de azar, as *loot boxes* são problemáticas de um ponto de vista consumerista e apresentam características que no mínimo devem ser estudadas a luz do direito brasileiro.

Já no Brasil, não existe uma movimentação significativa por parte do governo para discutir a influência das *loot boxes* na juventude brasileira, também não existe nenhuma forma de ação legislativa para discutir ou estudar a legalidade da *loot box* frente a legislação brasileira.

O que existe é um forte comércio de jogos eletrônicos no Brasil, um país com uma grande população de consumidores em potencial, em que, pelo menos 64,7% da população têm acesso à internet e dessa forma, acesso a jogos eletrônicos para celular, computador ou consoles.

Em uma indústria que movimentou 65,7 bilhões de dólares em 2013 no mundo todo, com uma forte presença no entretenimento do público infanto-juvenil e de jovens adultos, não é difícil encontrar consumidores brasileiros que tenham como atividade de lazer os jogos eletrônicos.

Diante dessas perspectivas, é possível cogitar que grandes números de consumidores brasileiros podem estar sendo vítima de um produto com aspectos potencialmente lesivos que inclusive, podem levar o consumidor ao jogo compulsivo e danos ao seu patrimônio, saúde e dignidade.

Esse risco é ainda mais alarmante quando associado ao fato que os principais consumidores são crianças e adolescentes, correndo o risco de desenvolverem personalidades compulsivas ou facilmente viciáveis.

Além desses consumidores mais vulneráveis em razão da idade, encontramos também um público de jovens adultos, homens e mulheres, vulneráveis não em razão da idade, mas por uma predisposição à compulsão por jogos de azar e similares.

### 2.1.2 Dos riscos envolvendo as *loot boxes*.

Independente do posicionamento das organizações regulamentadoras dos países citados seja a favor ou contra a ideia de que *loot boxes* são jogos de azar, entre os dos tópicos levantados em todos os países, o tópico da possível nocividade das *loot boxes* em relação aos consumidores foi amplamente debatida.

Esse tópico foi particularmente discutido na audiência pública do Senado Australiano em 2018, de forma que foi permitido a manifestação de pesquisadores, organizações ou entidades com interesse na causa, entre o material produzido, encontra-se o trabalho do Dr. David Zendle, Professor de ciências da computação na universidade de York St. John, Inglaterra.

“Em sentido oposto, pesquisadores argumentam que as caixas de saque dividem semelhanças formais com diversas formas de jogos de azar, que elas possuem o critério psicológico para serem definidas como jogos de azar”. (Zendle. p. 3. 2018.) (Tradução Livre)<sup>7</sup>

Ou seja, mesmo que as caixas de saque não possuíssem a definição legal de jogo de azar, possuíam todos ou alguns elementos que permitiam o uso da definição psicológica de jogo de azar ou se assemelham psicologicamente a muitas das formas de jogos de azar em razão de mecanismos utilizados.

1. A quantidade atual de evidências não nos permite tirar conclusões quanto as consequências de curto e longo prazo em engajar-se na aquisição de caixas de saque.
2. Porém, está claro que algumas formas de caixas de saque dividem características estruturais e psicológicas com métodos tradicionais de jogos de azar (...), características desenvolvidas para tirar proveito de mecanismos psicológicos que estão associados ao desenvolvimento e manutenção de comportamentos de apostadores. Apesar de não sabermos como essas características vão afetar o tempo jogado ou a quantidade de dinheiro gasta dentro do contexto de jogos eletrônicos, sabemos que, de uma forma geral, essas características levam ao rápido desenvolvimento de hábitos que são frequentemente repetidos em busca de recompensas, e que esses hábitos são difíceis de parar. Dessa forma, é plausível que os usos de caixas de saque podem levar a consequências de curto prazo (a exemplo de gastar em excesso com *loot boxes*) e de longo prazo

---

<sup>7</sup> Zendle, David. *Gaming Micro-Transaction for Chance-Based items Inquiry*. Disponível em: <[https://www.aph.gov.au/Parliamentary\\_Business/Committees/Senate/Environment\\_and\\_Communications/Gamingmicro-transactions/Public\\_Hearings](https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Environment_and_Communications/Gamingmicro-transactions/Public_Hearings)>. Acessado em: 05 de março de 2019. p.3.

(facilitar a migração para formas mais convencionais de jogos de azar).

O sistema de caixas de saque não necessita preencher a definição legal de jogos de azar para possuir efeitos nocivos aos jogadores (especialmente em jogadores jovens). Entre os jogos que analisamos, todos eles estavam disponíveis para menores de idade e todos (até aqueles que não possuem todos os requisitos para a classificação psicológica de jogo de azar) e possuíam mecanismos para iniciar e manter o engajamento do jogador, mecanismos que são comumente associados a jogos de azar. (Drummond e Sauer. P.5 e 6 2018) (Tradução Livre)<sup>8</sup>

Nesse sentido, é plausível contemplar a ideia de que as *loot boxes* podem ser responsáveis pelo desenvolvimento de distúrbios psicológicos que são associados à compulsão em jogos de azar.

Em sentido semelhante, em uma pesquisa preliminar de amostragem realizada por pesquisadores das universidades de York e York St. John, envolvendo jogadores de jogos eletrônicos com idade mínima de 18 anos e uma amostragem de 7.442 respostas, com o objetivo de coletar dados quanto ao consumo de *loot boxes*, gastos de microtransações em jogos eletrônicos e experiência com jogos de azar, obteve-se a seguinte conclusão.

Esta pesquisa fornece a primeira evidência empírica de um relacionamento entre o uso de caixas de saque e o problema com jogos de azar. A relação vista aqui não era nem pequena, nem trivial. Sendo mais forte do que as relações anteriormente observadas entre problemas com jogos de azar e fatores como o abuso de álcool, o uso de drogas ou a depressão. (Zendle e Cairns. p.15. 2018) (Tradução Livre)<sup>9</sup>

Observa-se que esse relacionamento não pode ser declarado com uma relação de causalidade, não existindo evidências o suficiente para tanto, porém, a pesquisa encontra uma correlação entre gastos excessivos de *loot boxes* e indivíduos com um histórico de gastos em jogos de azar.

---

<sup>8</sup> Drummond, A. e Sauer, J. D. Inquiry into gaming micro-transactions for chance-based items. 2018. Disponível em: <[https://www.aph.gov.au/Parliamentary\\_Business/Committees/Senate/Environment\\_and\\_Communications/Gamingmicro-transactions/Public\\_Hearings](https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Environment_and_Communications/Gamingmicro-transactions/Public_Hearings)>. Acessado em: 05 de março de 2019. p.5 e 6.

<sup>9</sup> Zendle, David e Cairns, Paul. Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. Disponível em: <<https://psyarxiv.com/7ntjk>> Acessado em: 10 de agosto de 2018. p.15.

Dessa forma, não é possível tirar conclusões com o atual material disponível, afinal, é um tema relativamente novo no universo acadêmico, existindo explicações alternativas, entre elas, a de que a *loot box* apenas atraí consumidores que já possuem um histórico com jogos de azar ou com hábitos associados ao vício em jogos de azar, esse ponto também foi abordado a época.

Nesse caso, as caixas de saque não são um campo de criação de personalidades viciáveis, mas apenas uma forma de permitir que empresas desenvolvedoras de jogos eletrônicos explorem consumidores com desordens psicológicas de vício em prol do lucro. (Zendle. p.4. 2018) (Tradução Livre)<sup>10</sup>

É importante ressaltar quais são as características que definem o conceito de um jogo de azar para efeitos da psicologia, esses conceitos se assemelham aos aspectos mencionados no tópico dos aspectos gerais da *loot box*.

Na literatura de psicologia, Griffith (1995) identifica cinco critérios para distinguir jogos de outras formas de comportamentos de risco:

1. A troca de dinheiro ou de bens.
2. Um evento futuro e incerto determinará a troca.
3. O resultado é determinado, pelo menos parcialmente, pela chance.
4. A não participação significa evitar perdas.
5. Os ganhos dos vitoriosos dependem unicamente da perda dos derrotados. (Griffiths. 1995. Apud Drummond e Sauer. p.3 e 4. 2018) (tradução livre)<sup>11</sup>

As primeiras quatro características são facilmente identificáveis em todas as formas de *loot boxes*, já a quinta característica apenas se manifesta nos casos em que a *loot box* concede itens que dão vantagens a jogadores em detrimento de outros jogadores ou naquelas em que é possível a conversão de itens obtidos por dinheiro ou crédito.

Porém, como já citado, mesmo aquelas *loot boxes*, que falham em preencher todos os requisitos para a classificação como jogo de azar na psicologia, podem ser consideradas lesivas, já que possuem mecanismos, que semelhantes aos utilizados

---

<sup>10</sup> Zendle, David. *Gaming Micro-Transaction for Chance-Based items Inquiry*. Disponível em: <[https://www.aph.gov.au/Parliamentary\\_Business/Committees/Senate/Environment\\_and\\_Communications/Gamingmicro-transactions/Public\\_Hearings](https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Environment_and_Communications/Gamingmicro-transactions/Public_Hearings)>. Acessado em: 05 de março de 2019. p.4.

<sup>11</sup> Griffiths, M.D. *Adolescent Gambling*. Londres. Editora Routledge. (Apud Drummond, A. e Sauer, J. D. Inquiry into gaming micro-transactions for chance-based items.) p.3 e 4.

em jogos de azar, que são utilizados para engajar o usuário em um constante consumo de *loot boxes*.

Então, podemos fazer uma divisão das *loot boxes* em diferentes tipos, cada tipo associado a um risco, *loot boxes* que são consideradas pela legislação como jogos de azar; *loot boxes* que preenchem a definição psicológica de jogo de azar, *loot boxes* que falham em preencher os outros dois critérios, mas possuem mecanismos nocivos ao consumidor e, teoricamente, *loot boxes* que não preenchem nenhuma das outras três definições.

As *loot boxes* que falham em atender o critério legal e psicológico que definem um jogo de azar, mas possuem mecanismos de aliciação do consumidor ainda representam um risco ao consumidor, pois, incentivam gastos contínuos e excessivos em *loot boxes* através de mecanismos comumente associados a jogos de azar.

Já aquelas que falham em atingir o critério legal, mas possuem os elementos do critério psicológico representam riscos semelhantes aos existentes em um jogo de azar, o endividamento e a criação de hábitos associados a um vício são exemplos de riscos.

Em sequência, existem as *loot boxes* que correspondem à definição legal de um jogo de azar, a definição destas vai variar de acordo com a legislação nacional, de forma que em países onde jogos de azar são permitidos, essa *loot box* também será permitida; em países onde o jogo de azar é limitado para maiores de 18 anos, os jogos que contêm esse tipo de *loot box* também devem ser limitados para maiores de 18 anos e nos países onde o jogo de azar é proibido, esse tipo de *loot box* também deve ser proibido.

É possível vislumbrar que exista uma *loot box* que não atenda aos critérios legais ou psicológicos que definem um jogo de azar, não possuindo também os mecanismos que procuram aliciar o jogador em um gasto contínuo com *loot boxes*.

Nesse último caso não é possível visualizar um risco associado à aquisição desse último tipo de *loot box*, porém, deve ser questionado se uma “*loot box*” desprovida ou limitada em seus elementos de chance, em suas recompensas e em seus custos ainda deve ser considerada uma *loot box*.

Por fim, é necessária uma ponderação sobre a relação de *loot boxes*, jogos de azar e jogos eletrônicos, e como a *loot box*, com seus elementos de similaridade

ao jogo de azar, utiliza-se do próprio jogo eletrônico como uma forma de convencer o consumidor a adquirir mais *loot boxes*.

Jogos eletrônicos estão associados à mecânica de desafio e recompensa, o jogador é desafiado através conquistas e competições e é recompensado através de informações audiovisuais, itens e até mesmo, no caso de jogos competitivos, com prestígio através de um sistema de classificação dos jogadores.

Essas mecânicas de desafio e recompensa são usadas para a manutenção do consumidor como um jogador fiel ao jogo, e em tese, não são mecânicas nocivas, servindo apenas para construir um grupo de consumidores que são leais a marca.

Diferente dos jogos eletrônicos, o jogo de azar utiliza-se de mecanismos de risco, associando à vitória ou derrota a elementos de chance, e associando a recompensa sendo normalmente associada ao lucro monetário na vitória, nesse caso, o uso dessas mecânicas é nocivo já que o objetivo é manter o jogador como um apostador.

Normalmente os elementos existentes em um jogo eletrônico e os elementos existentes em jogos de azar não se misturam, afinal, jogos eletrônicos são normalmente vendidos para um demográfico de crianças e adolescentes, enquanto que jogos de azar, quando permitidos, são limitados ao público adulto.

Porém, as *loot boxes* se assemelham ao jogo de azar nesse sentido, possuindo elementos de aleatoriedade e de recompensas na forma de itens raros e sinais audiovisuais pela obtenção de um item raro, porém, a caixa de saque é um elemento de monetização dentro do jogo eletrônico e os itens obtidos, mudanças visuais, melhorias dentro do jogo e vantagens contra outros jogadores são utilizados dentro do jogo eletrônico em um círculo vicioso de reforço Behaviorista pela aquisição de caixas de saque.

Dessa forma, toda vez que um jogador que obtêm um item raro e vêm a utilizá-lo em uma partida do jogo eletrônico ou aproveita parte do conteúdo obtido através da *loot box* o mesmo se encontra recompensado pela aquisição da *loot box* e se sente compelido a adquirir outras *loot boxes* em busca de uma maior sensação de gratificação.

Esse tipo de comportamento pode ser classificado como jogo patológico, atualmente descrito na Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde através do Código CID-10 F63.0, uma

dependência psicológica vinculada a preocupação com o jogo, contínuo aumento de gastos e riscos na aposta e a incapacidade de parar de jogar.

Até parece improvável que um jogo eletrônico possa ocasionar esse tipo de problema, mas um jogador de FIFA no Reino Unido chegou a, sem perceber, gastar dez mil dólares na modalidade Ultimate Team em um período de 2 anos, informação essa que o mesmo obteve apenas em razão do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados de 2016 da União Europeia.

### 3 DA APLICAÇÃO DO DIREITO BRASILEIRO

Diante dos esclarecimentos materiais, que foram abordados no tópico anterior, e do contexto jurídico do presente trabalho, nasce à necessidade de estudar a legislação e doutrina brasileira que se conecta ao assunto.

O tema pode ser abordado dentro de diversas disciplinas do direito brasileiro, porém, diante da proposta do estudo como um passo inicial para pesquisas de maior profundidade é necessária a limitação do tema.

Por essa razão, o foco doutrinário será em relação ao Direito Civil, em especial quanto ao ramo do Direito do Consumidor que busca proteger as relações de consumo, em especial seu aspecto referente ao comércio eletrônico, apontando possíveis conflitos que o direito do consumidor brasileiro possa ter com a prática da monetização através do sistema de *loot boxes*.

No entanto, não é possível esquecer que o trabalho também possui um arcabouço de entender se as *loot boxes* são equiparáveis aos jogos de azar, dessa forma, o trabalho não pode se limitar ao código de defesa do consumidor.

Dessa forma, é necessário analisar o histórico da legislação de azar no Brasil, tecendo comentários a respeito dos jogos de azar, dos contratos de jogo, e analisando a atual legislação de azar no Brasil, em especial o artigo 50 da Lei de Contravenções penais e a atual tentativa de regulamentação dos jogos de azar no País.

Observa-se que embora o trabalho pretenda analisar o artigo 50 da lei de contravenções penais, o trabalho não se propõe a estudar os aspectos do Direito Penal, afinal, o foco do trabalho é uma análise consumerista da prática de monetização através de *loot boxes*, dessa forma, o objetivo de estudar o artigo 50 da lei de contravenções penais é entender a ideia social por trás dele, ou seja, a proteção da sociedade brasileira contra os vícios em jogos de azar e proteção patrimonial.

#### 3.1 Do direito do consumidor

Muito se fala no direito das empresas desenvolvedoras e distribuidoras de jogos eletrônicos em se autorregular, afinal, muitas possui fundação e sede nos

Estados Unidos da América onde a intervenção estatal no mercado é não só rara, mas mal vista, sendo uma ideia que é às vezes repetida no Brasil.

Não somente nos Estados Unidos; a temática repercutiu em países da Europa, como a Bélgica, que ameaçou banir os jogos do país, pelo fundamento de que a compra de *loot boxes* estaria se tornando um ato de aposta (*gambling*).

À esse debate, responde-se na mesma linha indicada anteriormente. O mau oferecimento de serviços, falta de opções alternativas, e consequente desproporcionalidade entre aqueles que adquirem as vantagens e aqueles que não têm condição de fazê-lo, é que determinará o sucesso ou insucesso da franquia de jogos.

Por esse motivo, vê-se que o próprio mercado tem a capacidade de se regular em função do melhor interesse do consumidor. É este que indicará, por meio da aceitação ou não do produto, o futuro do fornecedor, sem a necessidade da interferência do Estado. (Gonçalves, Gabriel Henrique e Gonçalves, Luís Eduardo. 2018)<sup>12</sup>

Embora exista essa argumentação pelo domínio da livre iniciativa e autorregulamentação do mercado como forma de solução do problema discutido nesse trabalho, não é possível esquecer a natureza do Direito do Consumidor moderno e a existência de limitações às práticas comerciais nocivas que o Brasil adota tanto em sua Constituição quanto no Código de Defesa do Consumidor.

Esse Direito do consumidor moderno nasce no Brasil não em 1990 com a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, mas sim, com a celebração da Constituição Federal Brasileira de 1988, que em seu artigo 1.º estabelece os princípios da dignidade da pessoa humana, dos valores sociais do trabalho e da livre iniciativa.

Muitos são os princípios constitucionais aplicáveis ao direito do consumidor, porém, para essa pesquisa, aqueles que mais se relacionam ao tema são o princípio da dignidade da pessoa humana, os valores sociais do trabalho e os valores sociais da livre iniciativa.

---

<sup>12</sup> Gonçalves, Gabriel Henrique e Gonçalves, Luís Eduardo. Direito, jogos eletrônicos e microtransações: liberdade econômica versus proteção ao consumidor. In: Congresso Nacional de Direito Empresarial da Toledo Prudente. 18 e 19 de abril de 2018. Presidente Prudente: Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. Anais Eletrônicos. Disponível em: <  
<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/CONGRESSO/article/view/6881>>. Acessado em: 10 de agosto de 2018.

A interpretação dos princípios constitucionais do artigo 1.º é objeto de amplo debate, por um lado, o princípio dos valores sociais do trabalho pode ser interpretado para limitar certas práticas comerciais, por outro, o princípio da livre iniciativa pode ser interpretado no sentido de que qualquer limitação ao comércio é uma violação a esse princípio, essa ideia é errada, vejamos a doutrina quanto ao tema:

Ora, essas duas proposições ligadas pela conjuntiva fazem surgir duas dicotomias: trata-se dos valores sociais do trabalho “e” dos valores sociais da livre iniciativa. Logo, a interpretação somente pode ser que a República Federativa do Brasil está fundada nos valores sociais do trabalho e nos valores sociais da livre iniciativa, isto é, quando se fala em regime capitalista brasileiro, a livre iniciativa sempre gera responsabilidade social. Ela não é ilimitada. (Nunes. P.45. 2018)<sup>13</sup>

Dessa forma, fica claro que não é permitida a exploração de qualquer atividade econômica, essas devem respeitar uma função e responsabilidade social de forma que as atividades comerciais lesivas ao coletivo acabam por ser regulamentadas, limitando ou proibindo sua exploração.

Portanto, a Constituição Federativa de 1988 reconhece que o Brasil é um Estado em um regime econômico capitalista, mas que em decorrência dos valores sociais consagrados pela sociedade brasileira, tem suas práticas capitalistas limitadas em favor do bem-estar social.

Por essa razão, não se pode falar em uma comercialização de qualquer produto simplesmente em razão do livre-mercado e em detrimento do bem-estar dos consumidores, é necessário um equilíbrio entre a exploração de produtos e serviços pelo mercado e o bem-estar dos consumidores que os adquirem.

A monetização por *loot boxes* em nada adiciona aos jogos eletrônicos, não torna o produto mais barato ou acessível, sua função é apenas a maximização do lucro e o aumento da receita máxima que um jogo eletrônico pode captar de cada consumidor, é uma forma de arrancar mais dinheiro com um menor esforço.

Também é no artigo 1.º do diploma maior brasileiro, que encontramos o princípio da dignidade da pessoa humana, principio esse que adota características a fornecer, garantir ou proteger um mínimo vital.

---

<sup>13</sup> Nunes, Rizzatto. Curso de direito do consumidor/ Rizzatto Nunes. – 12ª Edição – São Paulo: Saraiva Educação. 2018. p. 45.

Foi o jusambientalista brasileiro Professor Celso Antonio Pacheco Fiorillo que usou a expressão “mínimo vital”, com cujo conteúdo concordamos.

Diz o professor que, para começar a respeitar a dignidade da pessoa humana, tem-se de assegurar concretamente os direitos sociais previstos no art. 6º da Carta Magna, que por sua vez está atrelado ao *caput* do art. 225.

“art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição”.

“Art. 225. Todos têm direito ao meio Ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.

De fato, não há como falar em dignidade se esse mínimo não estiver garantido e implementado concretamente na vida das pessoas.(Nunes. p.63. 2018)<sup>14</sup>

Essa ideia de um piso vital mínimo como necessário para o respeito à dignidade da pessoa humana alcança patamares que vão além da mera ideia moral de dignidade, podendo inclusive, alcançar a ideia de um patrimônio mínimo como é o caso da Teoria do Estatuto Jurídico do Patrimônio Mínimo, não na forma de que o estado deve fornecer uma renda mínima, mas no sentido de que se deve procurar zelar e proteger a integridade de um mínimo patrimonial e salarial de cada pessoa.

Essa interpretação se dá pelo entendimento de que a Dignidade da pessoa humana toma moldes de um super princípio, envolvendo todos os aspectos da vida humana, saúde, educação, e em razão de nossa sociedade capitalista, patrimônio e capital.

Com efeito, em casos extremos, o jogo compulsivo, ao retirar a capacidade de autodeterminação do indivíduo, ainda pode não se conformar com o estatuto jurídico do patrimônio mínimo, contrariando fundamentos constitucionais atinentes à dignidade humana e que, bem por isso, são irrenunciáveis. A esse respeito, já asseverei em seara doutrinária: (Fachin. 2016)<sup>15</sup>

Por certo que a noção de dignidade humana teve de se adaptar ao caminhar histórico, sendo constantemente ressignificada e

---

<sup>14</sup> Nunes, Rizzatto. Curso de direito do consumidor/ Rizzato Nunes. – 12ª Edição – São Paulo: Saraiva Educação. 2018. p. 63.

<sup>15</sup> Fachin, Edson. STF - Recurso Extraordinário: RE 972573 RS – RIO GRANDE DO SUL. Brasília – Supremo Tribunal Federal. 2016.

atualizada. Dentro do contexto de um mundo cada vez mais consumista e patrimonializado, a dignidade perpassa a ideia de dignidade patrimonial, capaz de suprir a necessidade do indivíduo e, mais do que isso, assegurar um bem viver a cada um. É nesse influxo que se localiza o conceito de patrimônio mínimo.

A pessoa natural, portanto, no âmbito do Direito Civil, está dotada de uma garantia patrimonial que passa a integrar sua esfera jurídica, de modo que a dignidade que se assegura mediante a instituição do princípio do patrimônio mínimo não pode ser preterida em razão de interesses patrimoniais, tal qual o interesse de credores.

Não se pode negar que o princípio do patrimônio mínimo não encontra grafia explícita no Código Civil brasileiro, ou mesmo na Constituição Federal, contudo, é igualmente inegável que há meios hermenêuticos legítimos que proporcionam o seu depreender. Nessa toada, o artigo 548 do Código Civil, que veda a doação de todos os bens sem reservas de uma parte suficiente para garantir a subsistência do doador, é dispositivo que autoriza a formulação do conceito aqui discutido. De fato, percebe-se que o dispositivo legal procura evitar a situação de miséria do indivíduo, obrigando-o a manter-se com bens suficientes para sua sobrevivência, de modo que se pode haurir que há preocupação do estatuto civilístico com a subsistência patrimonial do indivíduo, mediante a percepção de um patrimônio mínimo. (Fachin, Edson. 2016)<sup>16</sup>

Nota-se então que praticas que são financeiramente abusivas representam uma violação à dignidade da pessoa humana, seja por colocarem em risco o patrimônio mínimo do ser humano, esse entendimento parte da ideia do piso vital mínimo.

Por essa razão, é possível considerar que práticas comerciais que geram uma excessiva oneração ao consumidor, a ponto de criar um risco ao seu patrimônio mínimo, podem estar violando o princípio da dignidade da pessoa humana, prejudicando a saúde patrimonial de consumidores vulneráveis.

A monetização de jogos eletrônicos através da *loot box* possui essa onerosidade excessiva, já que, o que antes era vendido em sua totalidade por um valor fixo em dinheiro, passou a ser vendido em partes, afiliando o conteúdo fragmentado a um mecanismo de loteria em prejuízo do consumidor que antes poderia adquirir o produto de uma forma mais direta, agora está sujeito aos dizeres da sorte, podendo necessitar de dezenas de *loot boxes* para adquirir um único produto desejado.

---

<sup>16</sup> Segundo Fachin. (2015, p. 682) Bem de família e o patrimônio mínimo *in* Tratado de Direito das Famílias. (Apud. Fachin, Edson. STF - Recurso Extraordinário: RE 972573 RS – RIO GRANDE DO SUL. Brasília – Supremo Tribunal Federal. 2016)

E em razão dessa mecânica de loteria, os custos arcados por dois consumidores diferentes, mas que almejam o mesmo item, serão valores diferentes, um consumidor pode ter sorte e obter o item desejado com uma única *loot box* pelo preço de alguns reais, enquanto que outro jogador, com menos sorte, pode gastar centenas de *loot boxes* e centenas de reais na sua busca do item desejado.

É também no diploma maior que encontramos as primeiras menções a publicidade e a transparência, proibindo anúncios inverídicos ou omissos, como explica Rizzatto Nunes:

...E tratou da publicidade de produtos, práticas e serviços no capítulo da comunicação social (inciso II do § 3º do art. 220), guardando regra especial para anúncios de bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias (§ 4 do art. 220).

(...)

O anúncio publicitário não pode faltar com a verdade daquilo que anuncia, de forma alguma, quer seja por afirmação quer por omissão. Nem mesmo manipulando frases, sons e imagens para, de maneira confusa ou ambígua, iludir o destinatário do anúncio. (Nunes. P.109. 2018)<sup>17</sup>

Dentro da prática de venda de *loot boxes* em jogos eletrônicos é comum a não divulgação oficial das estatísticas, chances de obtenção de um item ou do conteúdo específico das *loot boxes*, porém, é bastante comum o uso de propaganda dos melhores itens que podem ser obtidos dentro delas, o uso de sons e efeitos de luz diferenciados dentro do jogo para sinalizar a aquisição de um item raro, incentivando assim, a compra de mais *loot boxes*, ficando clara, a desobediência ao princípio da publicidade.

Inclusive, como já informado anteriormente, foi necessário que o governo Chinês obrigasse as empresas de jogos eletrônicos que possuem o sistema de *loot boxes* divulgassem o conteúdo e chances de obtenção de seus itens, informações essas que não são divulgadas no Brasil.

A Carta Magna brasileira vai além, estabelecendo no artigo 5.º XXXII, cláusula pétrea constitucional, e no artigo 170, que trata dos princípios gerais da ordem econômica, o princípio da defesa do consumidor, reconhecendo a situação de hipossuficiência do consumidor e a necessidade de sua proteção.

---

<sup>17</sup> Nunes, Rizzatto. Curso de direito do consumidor/ Rizzato Nunes. – 12ª Edição – São Paulo: Saraiva Educação. 2018. p. 109.

O reconhecimento da fragilidade do consumidor no mercado está ligado à sua hipossuficiência técnica: ele não participa do ciclo de produção e, na medida que não participa, não têm acesso aos meios de produção, não tendo como controlar aquilo que compra de produtos e serviços; não tem como fazê-lo e, na medida em que não têm como fazê-lo, precisa de proteção. (Nunes. P.102. 2018)<sup>18</sup>

Portanto, a vulnerabilidade do consumidor é resultado das diferenças existentes entre consumidores e os fornecedores, a escolha do consumidor é limitada ao adquirir ou não o produto ou serviço, enquanto que a forma de aquisição, as informações e especificações do produto são critérios definidos pelo fornecedor.

Quando o mercado se autorregula, existindo uma competição saudável entre os fornecedores, adotando padrões de qualidade, métodos de comercialização benéficos ao consumidor e não violando a legislação nacional, pouca é a necessidade de intervenção do Estado para garantir essa proteção.

Porém, quando o mercado procura apenas o lucro, ignorando suas responsabilidades e de forma que todos os fornecedores passam a adotar métodos cada vez mais onerosos e nocivos ao consumidor, surge a necessidade da proteção por parte do governo, inclusive, através da intervenção de ações, investigações ou através de novas políticas públicas e legislativas.

Baseando-se nos fundamentos da Constituição Federal Brasileira de 1988 e com o objetivo de proteger o consumidor das práticas predatórias existentes na relação de consumo que o legislador brasileiro desenvolveu a lei n.º 8.078 de 1990, o chamado código de defesa do consumidor, texto legal que já se encontrava determinado no art. 48 das Disposições Finais e Transitórias da Constituição Federal de 1988.

Esse diploma infraconstitucional reúne grande parte do arcabouço jurídico referente ao direito do consumidor, definindo princípios, limitações, proibições e mecanismos de defesa do consumidor que atingem todas as relações referentes ao consumo dentro do território nacional.

Dessa forma, o CDC tem como ponto de partida os princípios elencados na constituição federal brasileira, contextualizando esses princípios para um cenário consumerista, por essa razão, em seu texto infraconstitucional existe a repetição de fundamentos constitucionais, a exemplo de seus artigos 1.º e 4.º.

---

<sup>18</sup> Nunes, Rizzatto. Curso de direito do consumidor/ Rizzatto Nunes. – 12ª Edição – São Paulo: Saraiva Educação. 2018. P 102.

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I – Reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

II – Ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

- a) Por iniciativa direta;
- b) Por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
- c) Pela presença do Estado no mercado de consumo;
- d) Pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III – Harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art.170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

(...)

VI – Coibição e repressão eficiente de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e a utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízo aos consumidores; (...)<sup>19</sup>

É dentro do artigo 1.º que contemplamos o Código de Defesa do Consumidor como uma norma protecionista ao consumidor, proteção essa decorrente da Constituição Federal de 1988 e do posicionamento da proteção do consumidor como um pilar da ordem econômica brasileira.

Já dentro do caput do artigo 4.º encontramos menções, mesmo que de forma indireta, aos princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, ao direito à saúde e a informação e em seus incisos encontramos não só o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, mas o reconhecimento da possibilidade de intervenção direta do governo.

<sup>19</sup> Brasil. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília – DF. 12 de setembro de 1990. Art. 4º

Quanto à vulnerabilidade do Consumidor, é entendimento pacífico que na relação entre fornecedor e consumidor não existe uma paridade de armas, no geral o consumidor não possui o conhecimento técnico ou recursos que o coloquem em um nível de igualdade para negociar com o fornecedor.

Carlos Alberto Bittar comenta muito bem essa desigualdade, demonstrando que “essa desigualdades não encontram, no sistema jurídico oriundos do liberalismo, resposta eficiente para a solução de problemas que decorrem da crise de relacionamentos e de lesionamentos vários que sofrem os consumidores, pois os Códigos se estruturam com base em uma noção de paridade entre as partes, de cunho abstrato. Diante da vulnerabilidade patente dos consumidores, surgiu a necessidade de elaboração de uma lei protetiva própria, caso da nossa lei 8.078/1990.

Como efeito, há tempos não se pode falar mais no poder de barganha antes presente entre as partes negociais, nem mesmo em posição de equivalência nas relações obrigacionais existentes na sociedade de consumo. (Tartuce, Flávio. 2018. p.31)<sup>20</sup>

Esse desequilíbrio é agravado ainda mais em razão dos avanços tecnológicos que possibilitaram a contratação por meio eletrônico, onde a figura do fornecedor é muitas vezes realizada por uma máquina, programada pela empresa para vender seu produto independente da realidade e das condições do seu consumidor.

Ricardo Lorenzetti, por sua vez, destaca que a contratação eletrônica tem ameaçado os seguintes direitos do consumidor: a) uma proteção igual ou maior do que a existente em outras áreas de comércio; b) à informação; c) à proteção contra as práticas que infringem a concorrência; d) à segurança; e) à proteção contratual; f) à proteção contra a publicidade ilícita; g) ao ressarcimento; h) à efetiva proteção; i) bem como ao acesso à justiça e ao devido processo legal.

Portanto, a vulnerabilidade inerente à relação de consumo transforma-se com a situação promovida pelas novas tecnologias, o que gera um agravamento da fragilidade do consumidor e desperta a sua desconfiança no meio eletrônico. (Canto, Rodrigo Eidelwein do. 2015. p.90)<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Tartuce, Flávio. Manual de direito do consumidor: direito material e processual/ Flávio Tartuce, Daniel Amorim Assumpção Neves. – 2ª Edição. Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: MÉTODO, 2013. p.31.

<sup>21</sup> Canto, Rodrigo Eidelwein do. A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico: a reconstrução da confiança na atualização do código de defesa do consumidor. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. p. 90.

Já quanto à intervenção do Estado, essa não é realizada de forma bruta e indiscriminada em detrimento da ordem econômica, é necessária uma harmonização entre as partes envolvidas na relação de consumo e o Estado, garantido um crescimento econômico à indústria pela participação do capital privado, permitindo que o mesmo invista e explore em novos meios de produção, distribuição e comercialização de produtos e serviços, desde que respeitado a boa-fé e a legislação.

Somente quando desrespeitada essa boa-fé e a legislação, quando os fornecedores se valem de novos meios de explorar a vulnerabilidade do consumidor, de retirar um maior lucro em detrimento de qualidade, serviço e conteúdo é que se faz necessária uma intervenção por parte do Estado.

Além dessa intervenção, existe no parágrafo VI o dever de coibir e reprimir abusos praticados pelo mercado, mas o parágrafo vai além, estabelecendo que entre esses abusos se encontre o uso de inventos que tenham a possibilidade de causar prejuízo ao consumidor.

Percebesse que o parágrafo fala de utilização de inventos, não sendo o invento um produto, mas o meio pelo qual os produtos são fornecidos ao consumidor ou inventos técnicos utilizados dentro da relação de consumo, isso inclui novos métodos e técnicas de monetização.

Então, encontra-se dentro do artigo 4.º a possibilidade de coibição, restrição e até uma intervenção através da iniciativa direta por parte do Estado para garantir que métodos de monetização nocivos não se proliferem no mercado brasileiro, existindo a possibilidade de que as *loot boxes* se classifiquem como um desses meios.

Portanto, é necessário apontar que os jogos eletrônicos comercializados no Brasil que usam da monetização através de *loot boxes* em jogos eletrônicos podem, de fato, estar violando os princípios e direitos constitucionais e do código de defesa do consumidor.

O primeiro desses direitos se encontra repetido no artigo 4.º e no inciso I do artigo 6.º, ambos do CDC, é o direito a proteção da vida, da saúde e da segurança, e se relaciona intimamente com o princípio constitucional da dignidade da pessoa humana.

Entende-se que para se ter dignidade é necessária uma vida saudável e segura, inclusive, quanto tratamos de saúde psicológica e seguridade financeira,

dessa forma, o direito do consumidor se vê obrigado a proteger o consumidor em situação de vulnerabilidade perante práticas que possam ocasionar vícios ou onerar em excesso o consumidor.

Em sequência, encontramos o direito à transparência no artigo 4.º e o dever de ser informado no inciso III do artigo 6.º, ambos da Lei nº 8.078 de 1990, o tema já foi discutido quando se abordou o princípio da publicidade constitucional, mas no código de defesa do consumidor encontra-se um direito associado a um dever.

O direito de se informar, manifestado através da transparência de informações do produto antes mesmo de sua aquisição, concedendo ao consumidor a chance de entender o conteúdo do produto e dos serviços oferecidos, e o dever de informar, que consiste na obrigação do fornecedor de tornar público as informações atinentes aos seus produtos.

Entende-se que essas informações devem estar de forma clara e de fácil acesso, não sendo permitido omissões que possam levar o consumidor a erro, sob o risco de ser considerado uma falta de verdade por omissão.

O direito à liberdade de escolha, que se encontra no inciso II do artigo 6.º, é normalmente associado ao direito do consumidor de escolher produtos diferentes e fornecedores de produtos diferentes, porém, esse direito também possui uma interpretação mais abrangente, quanto a forma de aquisição do produto.

Essa interpretação mais abrangente é utilizada em casos como na venda casada de produtos, em que é obrigado ao fornecedor disponibilizarem os produtos individualizados, e nos casos de fracionamento do produto, em que se permite a compra por unidade de produtos.

Nesse sentido, o trabalho entende que os jogos eletrônicos que disponibilizam a venda de produtos através de um sistema aleatório, em que não se permite a escolha do produto, como é o caso da *loot box*, devem fornecer meios mais diretos de aquisição dos mesmos produtos.

Em sequência, encontramos o inciso IV do artigo 6.º, que inspirado pelo princípio constitucional da publicidade e transparência, cria o princípio da proteção contra publicidade enganosa ou abusiva, estabelecendo critérios para a publicidade em seu artigo 36 e proibindo e definindo a publicidade enganosa ou abusiva através do artigo 37.

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.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço<sup>22</sup>.

Dessa forma, encontramos dois tipos de publicidade que são proibidas pelo artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor, a publicidade enganosa que é descrita no § 1.º do artigo e a publicidade abusiva, descrita no § 2.º.

A publicidade enganosa pode existir das mais diversas formas, seja através da distorção de informações, seja pelo uso de informações falsas, ambíguas, exageradas, ou até mesmo quando a informação for omissa, também não sendo necessário que a informação efetivamente engane o consumidor, mas que apresente o potencial para isso vejamos o entendimento de Rizzato Nunes:

É de anotar que para a aferição da enganabilidade não é necessário que o consumidor seja aquele real, concretamente considerado; basta que seja potencial, abstrato. Isto é, para saber da enganabilidade é suficiente que se leve em consideração o consumidor ideal. É ele que deve servir de parâmetro para a avaliação.<sup>23</sup>

A ideia da publicidade abusiva é aquela que possui um potencial de causar um mal, não em razão do conteúdo do produto, mas do conteúdo da publicidade, seja por um crime de ódio, induzimento da violência e até se aproveitar da deficiência de julgamento de alguém ou da pouca experiência de uma criança.

---

<sup>22</sup> Brasil. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília – DF. 12 de setembro de 1990. Ibid Art. 37.

<sup>23</sup> Nunes, Rizzato. Curso de direito do consumidor/ Rizzato Nunes. – 12ª Edição – São Paulo: Saraiva Educação. 2018. P 555

As publicidades das caixas de saque são realizadas dentro do próprio jogo ou através de jogadores profissionais e vídeos na plataforma *Youtube*, normalmente associando a perspectiva de obtenção de seus conteúdos mais raros, não se aprofundando quanto às chances de obtenção de cada item, ou qual o conteúdo possível em cada caixa.

Algumas *loot boxes* também usam de artifícios com o objetivo de conduzir o consumidor a uma compra impulsiva ou desinformada, associando *loot boxes* específicas, premiadas ou de maior qualidade por um período limitado de tempo ou introduzindo uma moeda virtual intermediária entre o dinheiro e a *loot box*, segue exemplo:

Fotografia 1 – *Loot Box* do jogo *Quake Champions*. (Destaque em vermelho nosso)



Fonte: Jogo Eletrônico *Quake Champions*, fotografia de autoria de Orland Kyle <sup>24</sup>

A *loot box* em referência na Fotografia 1 é um exemplo clássico, a mesma é vendida através de “platina” uma moeda virtual adquirida através de dinheiro real, a

<sup>24</sup> Fonte: *Quake Champions*. Jogo eletrônico publicado pela *Bethesda Softworks*. 2017. (Apud. Orland Kyle. Disponível em: < <https://arstechnica.com/gaming/2018/02/esrb-defends-fun-loot-boxes-as-it-starts-labeling-all-in-game-purchases/>>. Acessado em: 08 de março de 2019)

mesma informa que existe uma chance aumenta de obter itens para os personagens do jogo, que são chamados de campeões, mas não divulga o equivalente em dinheiro ou as chances de obtenção desses itens para os personagens.

Então, de acordo com o artigo 37 e seus parágrafos, esse tipo de publicidade é ao mesmo tempo, enganosa por não divulgar as chances, e abusiva, por se aproveitar da deficiência de pensamento de crianças, induzindo a compras impulsivas sem perceber o real custo monetário, a exemplo do caso já citado envolvendo uma criança de oito anos e o jogo *Smurf's Village*.

Quando consideramos a grande presença de crianças e adolescentes como consumidores, percebemos também o nível de abusividade na publicidade existente nas *loot boxes*, vejamos o que Nunes têm a dizer:

Os anúncios dirigidos às crianças e aos adolescentes deverão refletir cuidados especiais em relação à segurança e às boas maneiras e, ainda, abster-se de:

a) desmerecer valores sociais positivos, tais como, dentre outros, amizade, urbanidade, honestidade, justiça, generosidade e respeito a pessoas, animais e ao meio ambiente;

(...)

c) associar crianças e adolescentes a situações incompatíveis com sua condição, sejam elas ilegais, perigosas ou socialmente condenáveis;

d) impor a noção de que o consumo do produto proporcione superioridade ou, na sua falta, a inferioridade;

(...)

f) empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo, admitida, entretanto, a participação deles nas demonstrações pertinentes desserviço ou produto;....<sup>25</sup>

As *loot boxes* possuem características que são fortemente associadas aos jogos de azar, associando crianças e adolescentes a valores e situações claramente incompatíveis com a sociedade e com sua condição como crianças, expondo essas crianças às mecânicas de recompensas através de aleatoriedade e onerosidade.

Em razão de que muitas *loot boxes* possuem itens que concedem verdadeiras vantagens dentro do jogo eletrônico, percebe-se então que a mera publicidade dessas *loot boxes* acarreta também a imposição de uma noção de superioridade ou inferioridade com base no conteúdo adquirido.

---

<sup>25</sup> Nunes, Rizzatto. Curso de direito do consumidor/ Rizzato Nunes. – 12ª Edição – São Paulo: Saraiva Educação. 2018. P 579.

A publicidade através de jogadores profissionais e celebridades no youtube também têm objetivo de criar um apelo mais direto com esse público alvo, incentivando-as a adquirir essas *loot boxes* para possuir o mesmo conteúdo que seu jogador profissional ou celebridade favorita.

Esclarecido os pontos quanto a publicidade nociva existente dentro do mercado de jogos eletrônicos com *loot box*, surge a necessidade de analisar as práticas abusivas elencadas no Código de Defesa do Consumidor que se relacionam com a venda de *loot boxes*, são elas:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos e serviços, dentre outras práticas abusivas:

I – Condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

(...)

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

(...)

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro); (...)<sup>26</sup>

Embora a prática de monetização através de microtransações e de *loot boxes* surgiu como uma forma de monetização de jogos gratuitos, a *loot box* passou a ser utilizada em jogos em que já se paga um valor monetário de forma tradicional.

De forma que o que anteriormente era vendido como um produto completo por um valor específico em dinheiro, passou a ser vendido em fragmentos, um fragmento maior vendido na forma tradicional, enquanto que outras partes são bloqueadas para a venda dentro de *loot boxes* ou microtransações.

Dessa forma, condicionou-se o fornecimento de parte do conteúdo existente em um jogo eletrônico, a um produto acessório, produto esse que é composto por partes do próprio jogo adquirido e vendido através de microtransações ou *loot boxes*.

---

<sup>26</sup> Brasil. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília – DF. 12 de setembro de 1990. Ibid Art. 39.

Mas não só isso, a implementação dessa nova modalidade de monetização não resultou em uma redução no preço inicial do jogo, sua implementação serviu apenas para exigir uma maior oneração financeira do consumidor que deseja acesso a todo o conteúdo.

Exemplo claro é o do *Star Wars Battlefront 2* que além de ser vendido por dinheiro, contava com grande parte do seu conteúdo bloqueado através de *loot boxes*, sendo necessário um gasto superior à mil dólares para desbloquear o conteúdo remanescente que se encontrava disponível apenas dentro das *loot boxes*.

E essa tática foi implementada em um mercado com uma forte presença do grupo demográfico infanto-juvenil e aproveitando-se do desconhecimento da população consumidora para empurrar mais produtos, porém, sem uma maior produção com um objetivo de um lucro maior.

Então, encontramos a presença de três práticas abusivas que se encontram presentes no artigo 39 do código de defesa do consumidor, caso a *loot box* seja considerada um jogo de azar pela legislação brasileira, então se têm quatro práticas abusivas, e diante da ausência de taxatividade do caput, é possível a existência de outras violações.

Os problemas levantados nesse trabalho ganham novas dimensões quando percebe-se que a relação comercial está sendo feita de forma eletrônica, através da rede mundial de computadores e dentro dos servidores dessas empresas, empresas que possuem apenas uma representatividade comercial no Brasil, dificilmente constituindo uma presença física no país ou uma presença jurídica mais relevante.

A vulnerabilidade se torna a expressão inexorável dessa relação entre desiguais desde a formação das sociedades de consumo massificadas. Entretanto, esse princípio fundador das leis protetivas do consumidor, quando inserido no contexto do acelerado desenvolvimento tecnológico e da virtualização das relações jurídicas, alcança patamares antes inimagináveis pelo legislador brasileiro no momento da elaboração do Código de Defesa do Consumidor na década de 1990. (Canto. P.55. 2015)<sup>27</sup>

De fato, as inovações tecnológicas em muito prejudicaram o equilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor, já que essa relação pode envolver distâncias

---

<sup>27</sup> Canto, Rodrigo Eidelvein do. A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico: a reconstrução da confiança na atualização do código de defesa do consumidor. Rodrigo Eidelvein do Canto. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. P. 55

continentais entre empresa e cliente, de forma que o elemento humano se encontra quase que removido.

O fornecedor passa a ser um vulto encoberto pela rede, uma máquina programada apenas para vender, não sendo possível que o consumidor negocie com o fornecedor, do outro lado, o consumidor é facilmente rastreado e estudado, seu perfil de consumo, suas preferências e dependências, tornando muito mais fácil a exploração do ímpeto consumista por parte dos fornecedores, especialmente o ímpeto de crianças que facilmente podem acessar o mercado eletrônico, vejamos o comentário de Canto:

“O ambiente virtual facilitou ao fornecedor aproveitar-se da capacidade reduzida de julgamento da criança e de sua inexperiência quanto ao funcionamento da contratação por meio eletrônico para impeli-la a consumir inconscientemente.” (Canto. P.92. 2015)<sup>28</sup>

Além da vulnerabilidade natural da criança, o comércio de jogos eletrônicos com monetização através de *loot box* também podem explorar adolescentes, adultos e jogadores patológicos.

Essa exploração é possível por quê, como já discutido, a *loot box* introduz elementos de jogos de azar dentro do jogo eletrônico, e por sua vez, o jogo eletrônico recompensa o jogador por possuir o conteúdo que só pode ser obtido dentro de uma *loot box*.

Esclarecido os pontos em que as *loot boxes* violam os princípios e direitos consumeristas e indicado os principais grupos de consumidores que podem estar sendo vítimas de uma prática comercial predatória, falta entender se existe a possibilidade de classificação de algumas ou todas as *loot boxes* como um jogo de azar segundo a legislação brasileira.

### **3.2 Das *loot boxes* como jogos de azar.**

Em um primeiro ponto, esclarece que não é um objetivo desse trabalho analisar os aspectos penais do artigo, o objetivo é analisar o artigo para entender o

---

<sup>28</sup> Canto, Rodrigo Eidelvein do. A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico: a reconstrução da confiança na atualização do código de defesa do consumidor. Rodrigo Eidelvein do Canto. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. P. 92

que é considerado um jogo de azar, as razões que levam a sua proibição e se algum tipo de *loot box* pode ser considerado um jogo de azar.

Em sequência, convém esclarecer que o Brasil possui uma história com a prática de jogos de azar, categorizada como contravenção penal pelo Decreto-Lei n.º 3.688 em 1941, muito embora o Distrito Federal possuísse Cassinos licenciados pelo Decreto-Lei n.º 241 de 1938, inclusive, em 1943 o Decreto-Lei n.º 4.866 de 1942 foi aprovado com o único objetivo de isentar esses Cassinos da aplicação da contravenção penal por exploração de jogos de azar.

Somente em 1946, com a aprovação do Decreto-Lei n.º 9.215 de 1946 podemos dizer que o Brasil efetivamente proibiu a exploração econômica de jogos de azar, cassando as licenças concedidas e restaurando a vigência plena do Art. 50 do Decreto-Lei n.º 3.688, que diz:

Art. 50. Estabelecer ou explorar jogo de azar em lugar público ou acessível ao público, mediante o pagamento de entrada ou sem ele:  
Pena – prisão simples, de três meses a um ano, e multa, de dois a quinze contos de réis, estendendo-se os efeitos da condenação à perda dos moveis e objetos de decoração do local.

(...)

§ 3º Consideram-se, jogos de azar:

a) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;<sup>29</sup>(...)

Essa relação entre permitir e proibir jogos de azar se repete através dos anos, a lei n.º 9.615 de 1998 regulamentou o Bingo em território nacional, apenas para ter seu texto extirpado em 2001 pela Lei n.º 9.981, e atualmente se discute no senado um projeto de regulamentação e autorização de jogos de azar, projeto esse que é muito criticado não apenas pela lesividade dos jogos de azar, mas pela possibilidade de o uso desses jogos como uma forma de lavagem de dinheiro.

O artigo 50 da lei de contravenções penais não proíbe explicitamente o jogo de azar, porém, considerando a definição de uma pena pela exploração do jogo de azar, e considerando que o Decreto-Lei n.º 9.215 de 1946 tem como enunciado a proibição da prática e da exploração de jogos de azar em todo o território nacional, por isso entende-se que a norma do artigo 50 é de natureza proibitiva.

---

<sup>29</sup> Brasil. Decreto-Lei n.º 3.688, de 03 de outubro de 1941. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Rio de Janeiro – RJ. 03 de outubro de 1941.

O Decreto-Lei n.º 9.215 de 1946 vai além, justificando a proibição como uma tendência cultural de outros povos, um imperativo de consciência universal e uma questão de moral e bons costumes tradicionais no Brasil, mencionando inclusive que em decorrência das exceções abertas, ocorreram abusos nocivos à moral e aos bons costumes.

Então, é compreensível que a proibição do jogo de azar se dá por uma preocupação com a sociedade, e com o bem-estar moral da população brasileira, podendo se estender a preocupações de saúde.

Inclusive, essa preocupação se repete em outros títulos legais que abordam jogos de azar, especificamente, o Decreto-Lei n.º 204 de 1967 que estabelece a competência privativa do Estado para explorar jogos lotéricos e em sua justificativa expõe:

CONSIDERANDO que é dever do Estado, para salvaguarda da integridade da vida social, impedir o surgimento e proliferação de jogos proibidos que são suscetíveis de atingir a segurança nacional;  
(...)

CONSIDERANDO o princípio de que todo indivíduo tem direito à saúde e que é dever do Estado assegurar esse direito<sup>30</sup>;

Percebe-se então que a legislação proíbe ou limita os jogos de azar por uma questão de segurança social, moral e proteção à saúde, proteção que nasce dos aspectos mais sinistros que podem haver em jogos de azar, intencionalmente repetido pelo ministro Edson Fachin:

Com efeito, se em determinadas situações os jogos de azar desempenham função de lazer de inexpressiva ofensividade, em outras, podem exibir contornos mórbidos. Nessa linha, a *“ludomania”*, ou seja, o jogo patológico, é classificada no Catálogo Internacional de Doenças como transtorno psiquiátrico (CID 10, F63.0 – jogo patológico), reconhecida como doença pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 1992 e pela Associação Americana de Psiquiatria (APA) desde 1980. (Fachin. 2016)<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Brasil. Decreto-Lei n.º 204, de 27 de fevereiro de 1967. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília – DF. 08 de março de 1967.

<sup>31</sup> Fachin, Edson. STF - Recurso Extraordinário: RE 972573 RS – RIO GRANDE DO SUL. Brasília – Supremo Tribunal Federal. 2016.

Dessa forma, observa-se que o Brasil considera os critérios médicos e científicos que envolvem os jogos de azar para justificar sua proibição, preocupando-se com os aspectos patológicos que atormentam alguns apostadores.

Então, deve se questionar se uma prática que pela lei não é considerada um jogo de azar, mas exibe os mesmos aspectos que são identificados pela literatura científica como características de um jogo de azar, não deveria também ser considerado um jogo de azar.

Enquanto que a lei é justificada por razões de saúde e de moral, a definição de jogos de azar, encontrada no §3 do artigo 50, não se baseia em critérios definidos pela literatura médica, definindo se com base no conceito de jogo como um contrato civil e a presença da sorte como uma forma de definir um ganhador ou perdedor.

Nesse sentido podemos definir o jogo de azar como o contrato civil entre duas ou mais pessoas que prometem a entrega de quantia em dinheiro, ou de um bem, para o jogador que se sair vitorioso ou favorecido em um evento futuro cujo resultado incerto, depende da sorte de seus participantes.

Na monetização por *loot box* existe um contrato de compra e venda em que o consumidor adquire uma caixa virtual que contém itens de dentro do jogo, até aqui não é possível visualizar uma semelhança entre *loot boxes* e a definição legal de jogos de azar.

Porém, a obtenção desses itens está condicionada à abertura da *loot box* pelo jogador momento em que o sistema do jogo sorteara e entregará um item aleatório de raridade, qualidade, utilidade e valor variável.

Aqui percebemos a presença de um evento futuro, através da abertura da caixa de saque, a presença de um elemento de sorte em razão do mecanismo de sorteio utilizado para definir que item o jogador obtém e a possibilidade de se ganhar ou perder a depender do valor associado ao item.

O ganho ou perda em decorrência do item obtido ocorre em razão da diversidade de itens existentes em uma *loot box*, existindo itens que são mais difíceis de serem obtidos em uma *loot box*, itens que possuem uma maior utilidade dentro do jogo, item que possuem uma qualidade melhor e em alguns casos, em razão do valor de venda do item.

Em razão da classificação de itens em raridades, é possível dizer que os itens com uma menor chance de obtenção vão requerer, estatisticamente, um maior gasto

em *loot boxes*, por essa razão, um jogador que obtém um item particularmente raro apenas com uma única *loot box* é considerado um ganhador, obtendo uma vitória financeira já que gastou menos do que o esperado para a obtenção do item, enquanto que o jogador que obtém um item extremamente comum é considerado um perdedor, pois vai ter que arcar com o gasto de mais *loot boxes* se pretende obter um item raro.

Ao mesmo tempo, os itens possuem utilidades diferentes, alguns concedem mudanças estéticas significantes e vantagens dentro do jogo, outros são prêmios de consolação com pouca significância ou alterações estéticas, essa diferença cria uma vitória moral aos jogadores que possuem vantagens contra outros jogadores ou mudanças estéticas mais prevalentes.

Em paralelo, os itens mais significantes e raros são também aqueles que custam para a empresa um maior tempo de desenvolvimento e gastos de recursos financeiros, dessa forma, a obtenção de um item raro em uma única *loot box* é considerado um prejuízo a empresa que poderia obter um valor maior se vendesse pelo custo de criação do item, enquanto que o gasto em centenas de *loot boxes* para a obtenção de um único item raro é um lucro para a empresa, já que obteve um valor muito superior ao custo de desenvolvimento do item.

Por fim, existem jogos eletrônicos que permitem a venda do item obtido através de *loot boxes*, sendo possível a obtenção de lucro ou prejuízo financeiro dentro de um jogo eletrônico.

Fotografia 2 – Recorte fotográfico do Mercado de itens na plataforma *Steam*.

	<b>Caixa Espectral II</b> Counter-Strike: Global Offensive	1,854,731	A partir de: <b>R\$ 0,03</b>
	<b>Caixa Gama II</b> Counter-Strike: Global Offensive	1,677,289	A partir de: <b>R\$ 0,04</b>
	<b>Chave da Caixa Espectral</b> Counter-Strike: Global Offensive	2,270	A partir de: <b>R\$ 10,42</b>
	<b>Chave da Caixa Gama</b> Counter-Strike: Global Offensive	154	A partir de: <b>R\$ 10,50</b>
	<b>P250   Floresta Boreal (Testada em Campo)</b> Counter-Strike: Global Offensive	23,714	A partir de: <b>R\$ 0,07</b>
	<b>Karambit (★ StatTrak™)   Ultravioleta (Veterana de Gue...</b> Counter-Strike: Global Offensive	1	A partir de: <b>R\$ 7.286,57</b>

Fonte: plataforma de venda de jogos eletrônicos *Steam*, recorte fotográfico pelo autor<sup>32</sup>

Dentro da plataforma *Steam* o sistema de *loot box* é dividido em um sistema de caixa, que é concedido como um prêmio dentro dos jogos eletrônicos, e de chave, que é vendida por dinheiro, de forma que é necessário reunir os dois elementos para abrir a caixa de saque.

Como demonstrado na fotografia 2, os itens possuem valores monetários baseados em suas raridades, aqueles que são únicos no mercado são vendidos por preços muito superiores ao custo das chaves e caixas, enquanto que um item amplamente disponível é vendido por um preço dramaticamente inferior ao preço da chave.

Assim como já reportado, a plataforma *steam* já sofreu uma investigação pelo governo norte-americano, o porquê a sua plataforma estava sendo usada por terceiros explorando organizar um cassino virtual em que os conteúdos apostados eram itens virtuais como os ilustrados na fotografia 2.

Isso só foi possível porque já existe todo um mecanismo dentro da plataforma que permite que jogadores adquiram caixas e chaves na tentativa de obter um lucro financeiro na venda ou troca dos itens mais raros, transações essas que geram receita para a empresa proprietária da plataforma *Steam*.

Dessa forma vão existir *loot boxes* que possuem todos os elementos para a sua definição como um jogo de azar na forma do §3 do artigo 50 da lei n.º 3.688 de 1941, possuindo premiações de valor moral, utilitário e até financeiro, enquanto que vai existir itens que são considerados um prejuízo por seu valor moral, utilitário ou financeiro ser inferior ao custo de aquisição de uma *loot box*.

Enquanto que os prejuízos, característico em jogos de azar, vêm na obtenção de itens com um valor moral, utilitário e financeiro inferior ao custo de obtenção de uma *loot box*, como demonstrado na fotografia 2, em que o item mais comum é vendido por 0,07 centavos e o item mais raro é vendido por mais de 7.000 reais, sendo que o custo para à abertura de uma *loot box* é por volta de 10 reais.

Por essas razões, muitas das *loot boxes* no mercado de jogos eletrônicos são uma verdadeira transformação dos jogos eletrônicos como uma mídia de entretenimento inofensiva em verdadeiros cassinos virtuais, assediando crianças e

---

<sup>32</sup> Disponível em: < <https://steamcommunity.com/market/>>. Acessado em: 09 de março de 2019. Recorte fotográfico elaborado pelo autor.

adolescentes e expondo os mesmos ao risco do jogo compulsivo, esse tipo de produto se encaixa perfeitamente na definição de jogo de azar no Brasil.

### 3.2.1 Do projeto de lei do Senado nº 186 de 2014.

Existe no Senado Federal o projeto de lei n.º 186 de 2014 que dispõe sobre a exploração de jogos de azar em todo o território nacional, o mesmo se encontra pronto para deliberação do plenário do Senado Federal dès de 02 de abril de 2019.

O projeto é bastante interessante para o presente trabalho por tratar de uma nova tentativa de legalização dos jogos de azar dentro do território nacional e por possuir entre os tipos de jogos de azar o termo “jogo eletrônico” como uma das modalidades de jogo de azar.

**Art. 3º** São considerados jogos de azar, entre outros:

I – jogo do bicho;

II – Jogos eletrônicos, vídeo loterias e vídeo-bingo;

III – jogo de bingo;

IV – jogos de cassinos em resorts;

V – jogos de apostas esportivas on-line;

VI – jogos de bingo on-line; e

VII – jogos de cassino on-line. (grifo nosso)<sup>33</sup>

Comparando o rol do artigo 3.º do projeto de lei n.º 186 de 2014 com as antigas autorizações de jogos de azar em cassinos resorts percebemos um acréscimo no rol de jogos de azar, incluindo-se as apostas através de meios eletrônicos, entre esses meios, os jogos eletrônicos.

Porém, é necessário entendermos o que são os jogos eletrônicos para essa legislação, afinal, a terminologia também é utilizada no sentido de jogos de entretenimento como é o caso dos videojogos e jogos de celular, segue a definição de jogo eletrônico conforme o projeto de lei n.º 186 de 2014.

**Art. 4º** Para os fins desta Lei, adotam-se as seguintes definições:

I – jogo do bicho: loteria de números para obtenção de um prêmio em dinheiro, mediante a colocação de bilhetes, listas, cupões, vales,

---

<sup>33</sup> Projeto de Lei do Senado nº 186, de 2014. Senador, Nogueira, Ciro. Senado Federal do Brasil. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/117805>>. Acessado em: 12 de Abril de 2014.

papéis, manuscritos, sinais, símbolos, ou qualquer outra meio de distribuição de números e designação de jogadores ou apostadores;

II – vídeo-loteria: jogo realizado com uso de equipamento de informática comandado por programa de processamento de dados dedicado que assegure integral lisura dos resultados, oferecendo prêmios em dinheiro;

III – jogos de bingo: sorteios aleatórios de números de 1 (um) a 90 (noventa), distribuídos em cartelas impressas ou virtuais, contendo cada uma quinze números que, mediante sucessivas extrações, atinjam um conjunto pré-estabelecido para premiação, por 1 (um) ou mais participantes;

IV – vídeo-bingo (bingo eletrônico individual – BEI): jogo de bingo eletrônico realizado em monitor de vídeo, exibindo bolas, figuras, cartelas ou qualquer outra forma de demonstração da combinação vencedora, cujas combinações são sorteadas eletronicamente, até um limite predeterminado, mediante programa dedicado, acionado individualmente pelo jogador, cuja memória flash, inviolável e vinculada ao programa eletrônico da máquina, registre todas as operações realizadas no curso de sua utilização na qual um único jogador concorre a uma sequência ganhadora, previamente estabelecida em tabela de premiação;

V – jogos eletrônicos: formas de mídia que utilizam plataforma eletrônica especializada e envolve um jogador interagindo com uma máquina

VI – jogos de cassino: jogos de cartas, como o black Jack, terminal de vídeo loteria e roleta, entre outros, sem desconsiderar novas modalidades de jogos de azar realizados em resorts;

VII – jogos de apostas esportivas on-line: aqueles realizados por plataforma eletrônica, seja via browser, seja via smartphone;

VIII – jogo de bingo on-line: jogo de bingo realizado por plataforma eletrônica, seja via browser, seja via smartphone ou POS (point off sale); e

IX – jogos de cassino on-line: jogos de cassino realizados por plataforma eletrônica. (grifo nosso)<sup>34</sup>

Encontra-se no artigo 4.º uma definição muito abrangente do que é jogo eletrônico, uma interpretação apenas do Inciso V do artigo 4.º resultaria no entendimento de que todos os jogos eletrônicos, inclusive os videojogos e jogos de celulares são considerados jogos de azar.

No entanto, tal interpretação é excessivamente ampliativa, ignorando o contexto do projeto de lei n.º 186 de 2014 como um projeto para a regulamentação de jogos de azar e a existência de jogos eletrônicos que não possuem elementos de onerosidade, aleatoriedade e demais características que definem os jogos de azar.

---

<sup>34</sup> Projeto de Lei do Senado n.º 186, de 2014. Senador, Nogueira, Ciro. Senado Federal do Brasil. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/117805>>. Acessado em: 12 de Abril de 2014.

A interpretação mais adequada é a de que o jogo eletrônico é o meio pelo qual o jogo de azar é explorado, ou seja, o jogo eletrônico para a lei n.º 186 de 2014 é uma plataforma eletrônica desenvolvida para a exploração de uma atividade onerosa, com recompensas aleatórias e de valor variável através da interação jogador-máquina.

Dessa forma, nem todo jogo eletrônico é necessariamente um jogo de azar, mas para o projeto de lei n.º 186 de 2014 todos os jogos eletrônicos que possuem os elementos que definem os jogos de azar são também jogos de azar.

Como já explicado anteriormente, as *loot boxes* possuem em seu todo ou em parte as características que definem um jogo de azar, dessa forma, as plataformas e jogos eletrônicos que se utilizam de *loot boxes* como forma de monetização poderiam ser consideradas jogos de azar pelo projeto de lei n.º 186 de 2014.

Observa-se que o projeto de lei n.º 186 de 2014 foi duramente criticado na sua tentativa de regulamentar e permitir os jogos de azar no Brasil, possuindo inclusive, relatório da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania no sentido de rejeição do projeto de lei, entre as fundamentações se encontra a seguinte:

Na Obra da psicóloga Salúa Omais, denominada *Jogos de Azar: análise do impacto psíquico e sociofamiliar do jogo patológico a partir das vivências do jogador* (Curitiba, Juruá Editora, 2009), a autora discorre sobre os efeitos do jogo patológico sobre o jogador e sobre seu círculo social.

Sobre o jogador, são descritas consequências do jogo sobre a saúde física (muitos jogadores passam dias sem dormir, sem comer e sem ir ao banheiro), sobre as emoções e sentimentos percebidos pelo jogador durante a fase de envolvimento com o jogo (os sentimentos podem oscilar entre uma grande euforia e uma tristeza profunda).

No âmbito familiar, são relatadas consequências do jogo sobre o relacionamento conjugal e a família nuclear (diminuição de fatores relevantes como a comunicação, a confiança, a sinceridade o amor e o sexo) e sobre o relacionamento com os filhos (perda da capacidade de acompanhar o crescimento e o desenvolvimento dos filhos).

Por fim, no âmbito social, são listadas consequências financeiras (os prejuízos econômicos decorrentes do jogo levam o jogador a tentar novas investidas, com o objetivo de recuperar o dinheiro perdido), profissionais (o jogador permanece o tempo todo ligado ao jogo ainda que não esteja jogando) e legais (o jogador na fase de desespero pode cometer atos ilegais).<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Omais, Salúa. *Jogos de Azar: análise do impacto psíquico e sociofamiliar do jogo patológico a partir da vivência do jogador*. Curitiba/PR. Editora Juruá, 2009. (Apud Parecer (SF) nº 19, de 2018. Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania. Diário do Senado

Além dessas preocupações, existem sérios temores quanto à possibilidade de lavagem de dinheiro dentro do âmbito de jogos de azar, por essa linha a Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania do Senador Federal votou pela rejeição do projeto de lei n.º 186, de 2014.

Porém, a prática de monetização através de *loot boxes* que tanto se aproxima dos jogos de azar, de forma que algumas delas são verdadeiras máquinas caça-níqueis virtuais, continua a ser utilizada em vários jogos eletrônicos no território nacional, independentemente da legislação nacional e tendo acesso a consumidores vulneráveis por sua dependência em razão da idade, psíquica ou dependência social.

## 4 CONCLUSÃO

As *loot boxes* representam para a legislação brasileira uma prática mercadológica que se encontra em discordância com princípios fundamentais do direito do consumidor, uma inovação tecnológica que a única função é maximização do lucro em detrimento do trabalho, da publicidade ética, da saúde e bem-estar do consumidor.

A monetização através das *loot boxe* não é uma inovação tecnológica que procura melhorar a qualidade do produto ou serviço fornecido, muito pelo contrário, é uma implementação que procura nada mais do que o lucro mesmo que em detrimento da qualidade do produto e da segurança do consumidor.

Esse tipo de prática não pode ser permitido no Brasil, em risco de que métodos de monetização semelhantes ao da *Loot box* venham a ser utilizados por fornecedores em outras indústrias e potencialmente lesando milhares de consumidores em todo o território nacional.

Além dessas inúmeras violações ao direito do consumidor, o trabalho demonstra que existem *loot boxes* que são verdadeiros cassinos virtuais, uma prática proibida no Brasil em razão dos conhecidos problemas de ordem econômica, social e de saúde associados ao jogo patológico.

Considerando os diferentes tipos de *loot boxes* e as diferentes violações geradas por cada tipo, propõe-se a aplicação de diferentes soluções a serem aplicadas, cada solução sendo aplicada de acordo com o nível de violação das normas Brasileiras provocadas pela *loot box*.

As *loot boxes* que são consideradas pela legislação nacional como jogos de azar devêm ser proibidas em território nacional por se tratar de um tipo de prática proibida por lei, o mesmo deve acontecer com as *loot boxes* que atendem aos critérios psicológicos para a definição de um jogo de azar, já que esse tipo de *loot box* atinge os mesmos valores, direitos e princípios violados pelos jogos de azar.

As demais *loot boxes* e seus jogos devêm adaptar-se a legislação do Brasil, proibindo a venda de jogos eletrônicos com esse tipo de produto para menores de 18 anos, fornecendo ampla informação quanto ao conteúdo, riscos e chances estatísticas de obtenção de cada item específico.

Recomenda-se também a adoção de índices de qualidade, valor, raridade e métodos de aquisição de itens de uma forma mais direta, limitando a quantia

necessária para a obtenção de todo o conteúdo, garantindo um valor mínimo a ser recebido por cada *loot box* e possibilitando de obtenção do item desejável por um valor justo.

Far-se-á necessário um esforço governamental e social para a proteção do consumidor frente à inovação do mercado eletrônico, porém, garantindo uma relação pacífica e sinérgica entre a livre iniciativa e os pilares consumeristas da Constituição Federativa da República do Brasil e do Código de Defesa do Consumidor.

## REFERÊNCIAS

Diniz, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro**, v. 3: direito das coisas. – 17.ed. atual. De acordo com o novo Código Civil – São Paulo: Saraiva, 2002.

Tartuce, Flávio. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**/ Flávio Tartuce, Daniel Amorim Assumpção Neves. – 2ª Edição. Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: MÉTODO, 2013.

Klee, Antonia Espíndola Longoni. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

Nunes, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. – 12. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

Kretschmann, Ângela e Wendt, Emerson. **Tecnologia da informação & direito**. – Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2018.

Canto, Rodrigo Eidelvein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico**: a reconstrução da confiança na atualização do código de defesa do consumidor. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

SVELCH, Jan. **Playing with and against Microtransactions**: The discourses of Microtransactions Acceptance and Rejection in Mainstream Video Games. In: HART, Casey B. et al. **The evolution and social impact of video game economics**. 1ª Edição. Londres: Lexington Books, 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 2002. P. 41,44 e 45.

Gonçalves, Gabriel Henrique e Gonçalves, Luís Eduardo. **Direito, jogos eletrônicos e microtransações**: liberdade econômica versus proteção ao consumidor. In: **Congresso Nacional de Direito Empresarial da Toledo Prudente**. 18 e 19 de abril de 2018. Presidente Prudente: Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. **Anais Eletrônicos**. Disponível em: <<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/CONGRESSO/article/view/6881>>. Acessado em: 10 de agosto de 2018.

Hern, Alex. **Video games are unlocking child gambling**: this has to be reined. 28 de dezembro de 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/dec/28/video-games-unlock-child-gambling-loot-box-addiction>>. Acessado em: 07 de agosto de 2018.

Zendle, David e Cairns, Paul. **Video Games loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey**. 08 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://psyarxiv.com/7ntjk>>. Acessado em: 10 de agosto de 2018.

Zendle, David. **Gaming Micro-Transaction for Chance-Based items Inquiry**. Disponível em:

<[https://www.aph.gov.au/Parliamentary\\_Business/Committees/Senate/Environment\\_and\\_Communications/Gamingmicro-transactions/Public\\_Hearings](https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Environment_and_Communications/Gamingmicro-transactions/Public_Hearings)>. Acessado em: 05 de março de 2019. p.3.

Sherman. So e J. Christopher Westland. **Red Wired: China's Internet revolution**. Londres. 1ª Ed. Editora: *Marshall Cavendish Limited*. 2010. p.144

Felt. Daniel. **Gacha Watch**: Japan's social game industry shifts gears after government crackdown. 05 de dezembro de 2012. Disponível em: <<https://www.wired.com/2012/05/gacha-watch-japan-social-games/>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Chiang, Oliver. **Valve And Steam Worth Billions**. 15 de fevereiro de 2011. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/oliverchiang/2011/02/15/valve-and-steam-worth-billions/#4d95d0c333f4>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Woollacott, Emma. **Counter-Strike: Global Offensive "Contains Gambling and Targets Kids"**. 01 de agosto de 2016. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/emmawoollacott/2016/08/01/counter-strike-global-offensive-contains-gambling-and-targets-kids/#abb240f19a3c>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Kollar, Philip. **Valve deserves more of the blame for Counter-Strike's disgraceful gambling scene**. 07 de julho de 2016. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2016/7/7/12103022/counter-strike-gambling-valve>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Davidson, Matt. **Someone's estimated how long it takes to unlock everything in star wars: battlefront 2 (Too Long)**. 15 de novembro de 2017. Disponível em: <<https://www.ign.com/articles/2017/11/15/someones-estimated-how-long-it-takes-to-unlock-everything-in-star-wars-battlefront-2-too-long>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Martinsen. Joel. **Gamble your life away in ZT Online**. 26 de dezembro de 2007. Disponível em: <[http://www.danwei.org/electronic\\_games/gambling\\_your\\_life\\_away\\_in\\_zt.php](http://www.danwei.org/electronic_games/gambling_your_life_away_in_zt.php)>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Plunkett. Luke. **Hawaii wants to fight the "predatory behavior" of loot boxes**. 21 de novembro de 2017. Disponível em: <<https://kotaku.com/hawaii-wants-to-fight-the-predatory-behavior-of-loot-1820664617>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Good. S. Owen. **Another regulator says loot boxes are not gambling**. 17 de dezembro de 2017. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2017/12/16/16785474/loot-boxes-gambling-law-government-star-wars-battlefront-2>>. Acessado em: 05 de março de 2019.

Rodrigues, Abílio. **Autoridade Holandesa para os videogames toma ação contra as Loot boxes**. 19 de abril de 2018. Disponível em:

<<https://pt.ign.com/games/58816/news/autoridade-holandesa-para-os-videojogos-toma-acoes-contra-as>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

T.J. Haffer. ***The Legal Status of loot boxes around the world, and what's next in the debate***. 26 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/the-legal-status-of-loot-boxes-around-the-world-and-whats-next/>>. Acessado em: 05 de março de 2019.

Chalk, Andy. ***French gambling regulator determines that loot boxes are not legally gambling***. 04 de julho de 2018. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/french-gambling-regulator-determines-that-loot-boxes-are-not-legally-gambling/>>. Acessado em: 05 de março de 2019.

GamerHall. **Na Bélgica “ loot boxes” agora são ilegais e podem até dar cadeia**. 26 de abril de 2018. Disponível em: <<https://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2018/04/26/na-belgica-loot-boxes-agora-sao-ilegais-e-podem-ate-dar-cadeia.htm>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

**Eletronic Arts. O que é FUT.** Disponível em: <<https://www.easports.com/br/fifa/ultimate-team/beginners-guide-fut>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Loureiro, Jorge. EA sob investigação na Bélgica devido a loot boxes de FIFA. 11 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://www.eurogamer.pt/articles/2018-09-11-ea-sob-investigacao-na-belgica-devido-a-loot-boxes-de-fifa>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Wakka, Wagner. **EA retira loot boxes de FIFA 18 na Bélgica, mas não concordam com a comissão**. 29 de janeiro de 2019. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/games/ea-retira-loot-boxes-de-fifa-18-na-belgica-mas-diz-nao-concordar-com-comissao-131673/>>. Acessado em: 04 de março de 2019.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. **Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016**: Acesso à Internet e à Televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2016. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101543>>. Acessado em: 04 de março de 2019.

Segundo PriceWaterhouseCoopers - PwC. **Global entertainment and media outlook. 2014-2018** (Apud Fleury, Afonso; Nakano, Davi; Cordeiro, José H.D. **Mapeamento da Indústria Brasileira de jogos digitais**. São Paulo. Pesquisa da GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica, USP, para o BNDS, 2014.) Disponível em: <<http://www.abragames.org/>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Fleury, Afonso; Sakuda, Luiz Ojima; Cordeiro, José H.D. **1º Censo da Indústria Brasileira de jogos digitais, com vocábulo técnico sobre a IBDJ**. Pesquisa da GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica, USP, para o BNDS, 2014. Disponível em: <<http://www.abragames.org/>>. Acessado em: 28 de fevereiro de 2019.

Drummond, A. e Sauer, J. D. **Inquiry into gaming micro-transactions for chance-based items.** 2018. Disponível em: <[https://www.aph.gov.au/Parliamentary\\_Business/Committees/Senate/Environment\\_and\\_Communications/Gamingmicro-transactions/Public\\_Hearings](https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Environment_and_Communications/Gamingmicro-transactions/Public_Hearings)>. Acessado em: 05 de março de 2019. p.5 e 6.

Segundo Griffiths, M.D. **Adolescent Gambling.** Londres. Editora Routledge. (Apud Drummond, A. e Sauer, J. D. Inquiry into gaming micro-transactions for chance-based items.) p.3 e 4.

Fachin, Edson. STF - **Recurso Extraordinário: RE 972573 RS – RIO GRANDE DO SUL.** Brasília – Supremo Tribunal Federal. 2016.

Segundo Fachin. (2015, p. 682) em: **Bem de família e o patrimônio mínimo in Tratado de Direito das Famílias.** (Apud. Fachin, Edson. STF - Recurso Extraordinário: RE 972573 RS – RIO GRANDE DO SUL. Brasília – Supremo Tribunal Federal. 2016)

Brasil. **Lei nº 8.078,** de 11 de setembro de 1990. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília – DF. 12 de setembro de 1990.

Brasil. **Lei nº 9.215,** de 30 de abril de 1946. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Rio de Janeiro – RJ. 30 de abril de 1946.

Brasil. **Decreto-Lei nº 3.688,** de 03 de outubro de 1941. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Rio de Janeiro – RJ. 03 de outubro de 1941.

Brasil. **Decreto-Lei nº 204,** de 27 de fevereiro de 1967. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília – DF. 08 de março de 1967.

Brasil. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** 05 de outubro de 1988. Brasília – DF. 05 de outubro de 1988.

Belli, Simone & de Psicologia Social - UAB, Departament & López Raventós, Cristian. (2013). **A brief history of videogames.** Athenea Digital: Revista de Pensamiento e Investigacion Social. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/30067291\\_A\\_brief\\_history\\_of\\_videogames](https://www.researchgate.net/publication/30067291_A_brief_history_of_videogames)>. Acessado em: 18 de março de 2019.

**Projeto de Lei do Senado nº 186, de 2014.** Senador, Nogueira, Ciro. Senado Federal do Brasil. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/117805>>. Acessado em: 12 de Abril de 2014.

**Parecer (SF) nº 19, de 2018.** Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania. Diário do Senado Federal nº 20 de 2018 – Brasília/DF. União – República Federativa do Brasil. Publicado em 08/03/2018. Pgs. 381-398.

Loureiro, Jorge. **Activision com patente de matchmaking para vender microtransacções.** Disponível em: < <https://www.eurogamer.pt/articles/2017-10-18->

activision-com-patente-de-matchmaking-para-vender-microtransaccoes>. Acessado em: 14 de Abril de 2019.

Omais, Salúa. *Jogos de Azar: análise do impacto psíquico e sociofamiliar do jogo patológico a partir da vivência do jogador*. Curitiba/PR. Editora Juruá, 2009. (Apud **Parecer (SF) nº 19, de 2018**. Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania. Diário do Senado Federal – Brasília/DF. União – República Federativa do Brasil. Publicado em 08/03/2018. Pgs. 381-398.)

Yin-Poole, Wesley. *FIFA player uses GDPR to find out everything EA has on him, realises he's spent over \$10,000 in two years on Ultimate Team*. Disponível em: <<https://www.eurogamer.net/articles/2018-07-23-fifa-player-uses-gdpr-to-find-out-everything-ea-has-on-him-realises-hes-spent-over-usd10-000-in-two-years-on-ultimate-team>>. Acessado em: 14 de Abril 2019.

Fonte fotográfica: **Quake Champions**. Jogo eletrônico publicado pela *Bethesda Softworks*. 2017. (Orland Kyle. Disponível em: <<https://arstechnica.com/gaming/2018/02/esrb-defends-fun-loot-boxes-as-it-starts-labeling-all-in-game-purchases/>>. Acessado em: 08 de março de 2019)

Fonte fotográfica: *Steam*. Disponível em: <<https://steamcommunity.com/market/>>. Acessado em: 09 de março de 2019. Recorte fotográfico elaborado pelo autor.