

A Regulamentação das Loot Boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar

Laiane Maris C. Fantini
Direito Empresarial
Laiane Caetano Advocacia
Belo Horizonte, Brasil
escritorio@laianecaetano.adv.br

Eduardo P. C. Fantini
Dep. de Ciência da Computação
PUC Minas
Belo Horizonte, Brasil
eduardofantini@gmail.com

Luís Felipe M. A. R. Garrocho
Dep. de Ciência da Computação
PUC Minas
Belo Horizonte, Brasil
lfgarrocho@gmail.com

Resumo—A indústria de jogos digitais passou por uma significativa mudança nos últimos anos, mudando não só a forma de atrair novos jogadores e distribuição dos produtos e serviços, mas também de monetização. Buscando alcançar e fidelizar cada vez mais público, as desenvolvedoras e distribuidoras passaram a oferecer, além das mídias físicas que ainda não foram abolidas, jogos para compra *on-line* e jogos gratuitos para *download*, precificando itens dentro do jogo, além de vários outros facilitadores que encurtam essas transações. Todavia, surge um problema a partir do momento em que a indústria de jogos passa a apreender o jogador como mera fonte de dinheiro, aderindo a práticas suspeitas e por vezes, predatórias, deixando de lado a essência desse mercado, afinal, os jogadores não recorrem aos jogos com o intuito de gastar dinheiro, principalmente de forma inconsequente: recorrem a esse produto buscando entretenimento.

Diante desse contexto, os jogadores precisam ser protegidos. É preciso refletir sobre as implicações éticas dessas práticas e buscar soluções, inclusive legais, para contribuir com uma comunidade saudável para o jogador, para o mercado e dentro dos parâmetros normativos ou legais. Por isso, esse trabalho busca inicialmente contextualizar o leitor acerca do desenvolvimento do mercado de jogos digitais nos últimos anos e dos novos métodos, tais como as microtransações. Num segundo momento, aprofunda nas especificidades das microtransações e *loot boxes* e, então, num terceiro momento, aponta as controvérsias éticas e legais, expondo ainda como tem sido a regulação das *loot boxes* no mundo. No capítulo quarto, é feito um panorama da aplicação da legislação nacional e, após, são apontadas sugestões dentro do mercado nacional.

Keywords—Loot Box; Microtransações; Direito do Consumidor; Legislação; Jogos de Azar;

I. INTRODUCTION

A forma com que os jogos digitais eram antes produzidos, comercializados e consumidos mudou drasticamente, deixando de lado a característica de entretenimento voltado apenas para o público infanto-juvenil para um mercado que alcança todas as idades, gerando renda, avanços tecnológicos, emprego e cada vez mais consumidores.

Neste trabalho, usaremos a expressão jogo digital para se referir a "atividade voluntária, com ou sem interesse material, com propósitos sérios ou não, composta por regras bem definidas e objetivos claros, capazes de envolver

os(as) jogadores(as) na resolução de conflitos e que possui resultados variáveis e quantificáveis. Esta atividade deve ser gerenciada por *software* e executada em *hardware*". (Miranda; Stadzisz, 2017. p. 299) [28]

Assim, como qualquer mercado em constante expansão, muitas controvérsias surgiram e com elas, a preocupação com a necessidade de se proteger a parte mais vulnerável dessa relação, o consumidor.

A. A Mudança no Paradigma do Mercado de Jogos e as Novas Formas de Monetização

Nos últimos vinte anos, plataformas de distribuição digital começaram a ganhar notoriedade com a oferta de um catálogo de jogos digitais somados à facilidade de acesso, como a Steam (criada em 2002) e as demais que a sucederam, como a GOG (2008), a Origin (2011), a brasileira Nuuvem (2011) e a Epic Games (2017).

Acompanhando o mesmo caminho, jogos *multiplayer* como os MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*) se tornaram muito populares, como *Ultima Online* (1997), *Mu Online* (2001) e *World of Warcraft* (2004), não só pela simplicidade do formato do jogo mas também, pela acessibilidade. Assim, se por um lado o mercado de *games* trabalhava com o tradicional modelo de jogos produzidos em mídia física, por outro lado, não demorou para que o modelo de jogos digitais adquiridos *on-line* crescessem e fossem criadas distribuidoras com grande catálogo de produtos, não só como as citadas acima mas ainda, tendo a adesão de distribuidoras como a Sony e a Microsoft.

Nesse contexto, a par dos jogos enquanto produto, surgiu o conceito de "*game as a service*", em que alguns jogos produzidos abandonaram a ideia de produto e passaram a oferecer um serviço com atualizações recentes, como *World of Warcraft*, *Destiny 2* e *Overwatch* [3].

A quantidade e o perfil de consumidores também mudou drasticamente. Em 2018, foi divulgada pesquisa em que se previa, para aquele ano, um faturamento de US\$ 134 bilhões para o mercado de *games* na América Latina [18]. O mercado brasileiro é o mais significativo da América Latina

e, segundo a pesquisa Game Brasil 2019, realizada pela Sioux e Blend New Research, 66% dos brasileiros consomem *games* eletrônicos. Nota-se o significativo mercado de jogos eletrônicos no país e, por conseguinte, a necessidade de se discutir melhor o que isso representa para os consumidores, para os desenvolvedores e para a indústria [35].

Essas mudanças criaram um grande facilitador em termos de acessibilidade de produtos e universalização do consumo, além de permitir uma maior aproximação entre os jogadores do mundo inteiro. Esse contexto levou às formas de monetização que conhecemos hoje, tais como as microtransações.

Baseada na ideia de transação, a qual corresponde a uma ação comercial com transferência ou troca de valores por um produto ou serviço, as microtransações correspondem a todas as transações realizadas dentro dos jogos digitais, ou seja, são formas de adquirir, mediante pagamento em dinheiro real¹, itens de jogo (cosméticos ou funcionais), regalias², melhoramentos ou moedas de jogo (como gemas) para adquirir esses itens. [30].

Surgiram também novos conceitos envolvendo jogabilidade e monetização: *pay-to-win* e *pay-to-loot*. O termo *pay-to-win*, traduzido como "pagar para ganhar" está relacionado a sistemas dentro de um jogo que vendem, por dinheiro real, funcionalidades e melhorias que facilitam, de alguma forma, a jogabilidade. Já o *pay-to-loot*, consiste em um sistema de microtransações criado para aplicativos em dispositivos móveis, inicialmente gratuitos ou com baixo custo, em que, dentro do seu ecossistema os usuários são incentivados a gastarem muito dinheiro para receber recompensas. São também chamados de RNG (*random number generations*).

Dentro dessa ideia emergiram ainda *freemium games*, também conhecidos como *free-to-play*, que são jogos inicialmente desenvolvidos para plataformas *mobile*, ofertados gratuitamente para *download* com oferta de produtos ou serviços dentro do jogo mediante pagamento com dinheiro real, como itens cosméticos, funcionais, melhorias, moedas *in-game*, etc., ou seja, na forma de microtransações.

Com essa nova ferramenta de monetização, jogos de console e de computador, independente do gênero (de *FIFA* a *Masseffect*, de *Injustice 2* a *Forza*), passaram a estar ligados a um sistema de microtransações que antes eram relegados ao mercado de dispositivos móveis no sistema *free-to-play*. É uma cultura que está abraçando cada vez mais o mercado de jogos, inclusive a indústria de jogos AAA³

¹A ideia de dinheiro real é ampla, considerando que as criptomoedas já foram aceitas como forma de pagamento por plataformas de venda de jogos, como a Steam, embora recentemente tenham sido abolidas.

²Regalia conforme tradução livre de *perk*, são melhoramentos permanentes no personagem, progressivamente desbloqueadas durante o jogo ou adquiridas mediante compra dentro do próprio jogo. Existem desde os jogos desenvolvidos na década de 80, principalmente em RPGs de ação como *Deadly Towers* (1986) e *The Wing of Madoola* (1986), mas passaram por uma reformulação com chegada das microtransações.

³Classificação AAA é usada para se referir a jogos com maiores orçamentos e destaque, algo equivalente aos *blockbusters* no cinema.

[3]. Em jogos como *Star Wars: Battlefront II* (EA DICE, 2017) e *Middle Earth: Shadow War* (Monolith Productions, 2017) as microtransações já foram anunciadas como uma característica do jogo, permitindo, em alguns casos, a comercialização dos itens adquiridos no jogo em ambientes com a intermediação da desenvolvedora [30].

Para entender melhor as características das microtransações, suas implicações e controvérsias, Neely propõe que, inicialmente, três distinções importantes sejam feitas. Primeiramente as microtransações podem ser naturalmente aleatórias, ou seja, o jogador paga por um produto sem saber o que vem dentro, como as controversas *loot boxes*; ou podem ter um prêmio fixo, em que o jogador paga pelo item e sabe exatamente o que está adquirindo. Segundo, a natureza do item que se está adquirindo, ou seja, se são itens cosméticos ou funcionais, é relevante porque, analisando sob uma perspectiva ética, é injusto que num universo de um jogo com múltiplos jogadores, alguns jogadores possam obter vantagens reais do jogo, em relação aos demais, se estiverem dispostos a gastar dinheiro real com itens funcionais. Essa questão é ainda mais séria quando saímos do universo de jogos *single player* para analisar a questão sob a perspectiva dos jogos *multiplayer*. Claro, jogos *multiplayer* são essencialmente injustos se levarmos em conta situações que não podem ser controladas pelo *game designer*, como o comportamento dos jogadores no mundo real e o tempo disponível para jogar, mas isso não quer dizer a disparidade criada entre os jogadores deva ser ignorada. Um terceiro ponto é a análise do que pode ser adquirido com dinheiro real, residindo a controvérsia se existirem itens que só podem ser adquiridos dessa forma, sem a alternativa de conseguí-los por quem investir horas de jogo. [30]

Elencadas essas situações, Neely entende que a ideia de usar dinheiro real como um atalho dentro do jogo é controversa, mesmo se, no caso das *loot boxes*, deixar de lado a questão da aleatoriedade do que se está comprando. De fato, não há um problema real se os jogos dão como opção, para poupar tempo, que itens funcionais possam também ser comprados com dinheiro real via microtransações, até porque essa é uma opção não tão diferente de tantas outras usadas pelos jogadores para poupar tempo, como consultar detonados⁴ ou fóruns sobre o jogo [30].

Práticas como essas, que não informam ao jogador que a compra do item com dinheiro real é uma opção, recai naquilo que a autora [30] denomina falácia do *sunk-cost*, em que os jogadores pensam que deverão gastar ainda mais dinheiro em um jogo porque já investiram demais nele e se deixarem de jogar ou pagar, haveria uma sensação de desperdício daquilo que já foi gasto. Isso sim seria uma

⁴Detonado é um termo indicativo para resolução de tarefas passo-a-passo principalmente de jogos eletrônicos. Diferente do *walkthrough*, um *gameplay* completo do jogo sem muitas explicações.

conduta predatória extremamente prejudicial para o jogador-consumidor.

Existem, portanto, várias formas de monetizar a experiência *in-game*, seja por meio da venda direta de itens dentro do jogo ou de DLCs, ou ainda, por meio das *loot boxes*, as quais serão melhor estudadas a seguir.

B. O conceito de Loot Boxes

As *loot boxes* são uma espécie de microtransação, e, de acordo com Richard (2018) podem ser definidas como itens consumíveis dentro do jogo, que dão ao jogador a chance de receber uma recompensa aleatória virtual desde itens cosméticos (relacionados ao aformoseamento) até a equipamentos que aceleram o progresso de jogo (itens funcionais, relacionados a alguma melhoria) [37].

Existem jogos com microtransações que não *loot boxes*. Zendle e Cairns (2019) citam, como exemplo de *loot boxes*, o jogo de cartas *Magic: The Gathering* (Wizards of the Coast, 1993), já que o jogador adquire um *pack* lacrado de cartas, sem saber que tipo de carta tem dentro [38]. Porém, especificamente em relação a jogos com essa mecânica, entendemos como Erica Neely, uma vez que trata-se de um jogo de cartas colecionáveis - característica essa mencionada pela própria desenvolvedora - indo além do simples jogo de cartas. É justamente a intenção de colecionar que se soma à expectativa dos jogadores, de ter de adquirir cada vez mais *packs* para terem cada vez mais cartas ou receberem as cartas que desejam ter [30]. Com as *loot boxes*, é diferente: há a forma, normalmente alternativa, de se jogar pagando dinheiro real para obter itens cosméticos ou funcionais.

Segundo Neely, em 2009 a Blizzard criou um sistema de monetização que mais tarde iria se transformar nas *loot boxes*, na forma como hoje são conhecidas. Naquele ano, a desenvolvedora passou a vender *pets* para acompanhar os personagens de *World of Warcraft* sem que isso, de fato, oferecesse uma vantagem real dentro do jogo, ou sejam, itens cosméticos. Com o tempo, foram criadas comunidades entre os jogadores para comercializar esses itens por dinheiro real, usando como critérios de precificação a escassez e a raridade, por exemplo [30].

Os *freemium games*, por outro lado, já foram concebidos a partir da ideia de se comercializar itens dentro do próprio jogo, mas foi o ambiente de fácil acesso, que já tornava altamente rentável a realização das microtransações, facilitou a criação das *loot boxes*. Não demorou muito até que grandes desenvolvedoras, como a Sony, a Microsoft e a Valve passassem a adotar esse mesmo sistema em seus jogos, o que ocorreu significativamente a partir de 2016.

Certamente essa nova forma de arrecadação trouxe reflexos positivos para a indústria de jogos digitais. Segundo Richard (2018), relatórios registraram faturamento de 2017, US\$ 108.9 bilhões para 2017, sendo 7% desse valor gerado apenas com microtransações [37]. A Activision Blizzard por exemplo, responsável por grandes títulos como *Call of Duty*,

Diablo, *Overwatch*, *CandyCrush* e *World of Warcraft* prevê para 2019 a reserva líquida de mais de 6 bilhões de dólares, graças à suas franquias duradouras (*game as a service*) que possuem, como característica, as microtransações [1] [2].

Por outro lado, esse crescimento levou muitos pesquisadores a questionarem a ética em relação às *loot boxes*. O psicólogo comportamental Skinner, em entrevista para a Eurogamer (2017), pontuou que a aleatoriedade contida nas *loot boxes* incorpora uma das formas fundamentais de funcionamento do nosso cérebro, associada aos prazeres inesperados. Há toda uma estrutura áudio-visual que reforça o comportamento e estimula a repetição, como anúncios no estilo *pop-ups* ou um som agradável após a confirmação da compra de uma *loot box*, os quais criam uma atmosfera que prende o jogador dentro daquele ecossistema, pelo máximo de tempo possível.

Somando-se a isso, as *loot boxes* trabalham com recompensas muito boas e inesperadas, mas também com recompensas nem tão prazerosas: como o nosso cérebro não sabe disso, continua criando uma expectativa de prazer, o que estimula o jogador a gastar cada vez mais [20].

A partir do momento em que as desenvolvedoras se dispõem a criar em seus jogos um esquema de caça-níqueis com objetivo apenas de aumentar as arrecadações, em detrimento de seus consumidores, essas empresas deixam de respeitar os consumidores como indivíduos e isso é altamente prejudicial para a própria indústria de jogos digitais [30]. Nesse aspecto, as desenvolvedoras devem se preocupar com padrões éticos relacionados com a precificação dos jogos e dos itens relacionados, com o estímulo ao gasto incontrolado e com o acesso a menores de idade, devendo refletir sobre as práticas predatórias e abusivas.

C. As Loot Boxes e o Status Jurídico dos Jogos de Azar

Historicamente, há uma tendência em associar jogos, físicos ou digitais, a jogos de azar (Figura 1). Citamos, nesse trabalho, que para Zendle e Cairns (2019) o jogo *Magic: The Gathering* possui elementos de *loot boxes* e, como consequência, de jogos de azar [38].



Figura 1. Loot boxes e jogos de azar são a mesma coisa?

Na década de 30, houve a mesma discussão em relação ao jogo eletrônico Pinball, que tendo sido considerado jogo de azar, foi banido da cidade de Nova York e, mais tarde, de várias outras cidades pelo mundo. Para mudar isso, a empresa criadora do jogo, Gottlieb, acreditava que a única maneira de reverter a situação era comprovando que Pinball era um jogo que envolvia mais habilidade do que sorte, já que existiam alavancas que, se bem usadas, permitiam à bola voltar ao jogo. Houve também uma modificação no próprio jogo, com a criação de *flippers* que permitiam mirar nos alvos sem que precisasse sacudir a mesa, o que trouxe uma mudança na forma com que os jogos eram desenvolvidos, já que agora o jogador não seria mais um agente passivo: ele deveria executar ações para ganhar mais pontos. Isso demonstrou que o Pinball exigia habilidade, e não sorte, levando alguns estados a relaxarem as suas leis. Nova York manteve a proibição até a década de 70 [22].

Com as *loot boxes* ainda não houve, efetivamente, quem conseguisse demonstrar que elas não estão estritamente relacionadas com jogos de azar. Ao contrário, são muitas as evidências que comprovam essa aproximação.

O psicólogo Griffiths estabeleceu quatro critérios para avaliar se as *loot boxes* são, de fato, jogos de azar, ultrapassando a seara do mero risco assumido: 1) a troca é determinada por um evento futuro que, na hora da aposta, o resultado é desconhecido; 2) o resultado é determinado pelo acaso, parcial ou totalmente; 3) a realocação da riqueza geralmente não exige trabalho produtivo de nenhum dos lados; 4) as perdas podem ser evitadas simplesmente por quem não desejar participar da atividade. As *loot boxes*, que oferecem caixas contendo itens aleatórios mediante pagamento em dinheiro, geralmente preenchem todos esses critérios. [19]

Com base no estudo de Griffiths, os pesquisadores Drummond e Sauer (2018) incluem mais um critério de avaliação de *loot boxes*: os ganhos recebidos que podem ser convertidos em dinheiro no mundo real. [19] [17].

Os pesquisadores Drummond e Sauer (2018) analisaram aspectos psicológicos ao concluir pela estreita relação das *loot boxes* com jogos de azar, levantando questões éticas e regulatórias [17]. O estudo feito traz uma tabela com 22 jogos lançados entre 2016-2017 que contém *loot boxes*, a partir da classificação indicativa feita pela ESRB (Tabela I).

Todos eles são jogos permitidos para o público infanto-juvenil possuem *loot boxes*. Em dez deles, foram constatados a presença dos critérios de Griffiths sobre jogos de azar. Em quatro desses dez jogos, segundo os autores, os jogadores podem vender os itens recebidos nas *loot boxes*, cumprindo o critério trazido por Drummond e Sauer [17]. Seis dos dez jogos que apresentaram os critérios de Griffiths, foram classificados como adequados para o público de treze anos de idade ou menos [19].

Os pesquisadores Zendle e Cairns (2019), em estudo que relacionava *loot boxes* e jogos de azar, demonstraram que

pessoas identificadas como jogadores problemáticos (*problematic gamblers*) gastam muito mais dinheiro em *loot boxes* do que jogadores não problemáticos [38]. Outra conclusão é que a relação entre *loot boxes* e jogos de azar não são um fenômeno isolado: possuem relações com endividamento, com dependência alcoólica e a exposição ao conteúdo de jogos de azar em redes sociais.

É de se esperar que diante de um contexto tão controverso, surgisse também a preocupação em regular as *loot boxes* para, sobretudo, proteger a camada mais vulnerável dessa relação, tal qual já existe em relação aos jogos de azar em muitos países.

Embora a criação de uma norma universal ou um consenso mundial sobre o tema esteja longe de ocorrer, Zendle e Cairns (2019) e Chang (2019) explicam como alguns países tem lidado com a situação. Em 2018, Bélgica e a Alemanha entenderam que as *loot boxes* violavam as regras nacionais de jogos de azar e por isso, deveriam ser removidas dos jogos comercializados naquele país. Na Austrália, por outro lado, o governo ordenou uma revisão na legislação sobre jogos de azar para adequação aos casos atuais; nesse país há inclusive clínica para viciados em vídeo games, a *Video Game Addiction Treatment Clinic*, ilustrando o quanto há uma preocupação do Poder Público com o jogos digitais, jogos de azar e os efeitos nos consumidores [38] [15]. No Canadá, caminhando para o mesmo entendimento dos países citados, jogos de azar são uma questão de saúde pública, dadas os inúmeros reflexos negativos.

Em 2016, Chinês exigiu que desenvolvedores de jogos passassem a divulgar as probabilidades de receber certos itens com as *loot boxes*; em outros termos, determinou-se que os jogos como DOTA e League of Legends revelem as chances de suas *loot boxes* terem saques bons, prática que por lá também já é exigida em relação a cassinos [34].

Na França, por outro lado, as autoridades entenderam que, como as *loot boxes* são itens sem valor no mundo real, quem as compra não está submetido as mesmas regras dos jogos de azar – o que destoia com a realidade, já que é comum a comercialização desses itens fora do ambiente do jogo.

No Reino Unido, a *UK Gambling Commission* entendeu também não se tratar de jogo de azar, sob o fundamento que os prêmios desbloqueados em *loot boxes* seriam utilizados somente nos próprios jogos em que são adquiridas. Apesar da definição da *UK Gambling Commission*, a Câmara dos Comuns do Reino Unido recebeu representantes da Eletronic Arts, assim como da Epic Games, para questionar a ética comercial por trás das práticas de *loot boxes* das respectivas empresas. A vice presidente de assuntos jurídicos e governamentais da EA compartilhou do argumento da IGEA, tratando as *loot boxes* como “mecânicas de surpresa”. A Câmara dos Comuns pretende manter reuniões com desenvolvedores para tratar das *loot boxes* e outros sistemas de monetização em jogos digitais [32].

Organizações não governamentais também tem se posi-

Tabela I
CARACTERÍSTICAS DE JOGOS DE AZAR PRESENTES EM 22 JOGOS LANÇADOS ENTRE 2016 E 2017

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

cionado sobre o assunto. A ERSB⁵ entendeu que existem evidências insuficientes para demonstrar que as *loot boxes* possuem consequências negativas para os jogadores, já que para eles, esse procedimento está mais relacionado a jogos de cartas de baseball, por exemplo, em que ainda que exista o elemento da surpresa, o jogador sempre vai ganhar alguma coisa. No mesmo entendimento, a IGEA⁶ comparou as *loot boxes* com as surpresas contidas nos chocolates Kinder Ovo.

A par da legislação internacional acerca dos jogos de azar e do reconhecimento da relação entre *loot boxes* e jogos de azar em boa parte dos países que enfrentaram a questão, Zendle e Cairns (2019) recomendam que órgãos responsáveis pela regulação comecem a considerar incorporar controle parental em jogos que persistem em apresentar *loot boxes*, cobrem das desenvolvedoras a adoção de medidas de responsabilidade social e recomendam ainda que jogos com *loot boxes* sejam restritos a jogadores que tenham a idade mínima legal para apostar. De modo geral, para Zendle e Cairns, as autoridades devem restringir as *loot boxes*, considerando que, conforme demonstrado em seus estudos e com base nos dados apurados, elas são uma forma de jogo de azar [38].

No capítulo seguinte, estudaremos como a lei brasileira pode ser aplicada às microtransações e se possui aplicação nas *loot boxes*.

⁵A Entertainment Software Rating Board (ESRB) é um órgão sem fins lucrativos que analisa, decide e coloca as classificações etárias indicativas nos jogos eletrônicos comercializados na América do Norte, além de determinar regras de publicidade e privacidade no mercado de jogos eletrônicos. <http://www.esrb.org/about/>.

⁶Interactive Games and Entertainment Association (IGEA) é uma associação independente que representa os interesses de negócios e políticas públicas, na área de computadores e videogames, de empresas da Austrália e Nova Zelândia. Mais informações: <https://igea.net/>.

II. A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA APLICADA AO MERCADO DE JOGOS E ÀS MICROTRANSAÇÕES

A Constituição Federal de 1988, norma máxima no nosso ordenamento jurídico, traz alguns pilares importantes para a discussão apresentada, que são a dignidade da pessoa humana (art. 1º, inciso III), a garantia do desenvolvimento nacional (art. 3º, II), a construção de uma sociedade livre e justa e a promoção do bem de todos (art. 3º, I e IV), além de determinar a proteção ao direito do consumidor (art. 170), que deverá ser observada em qualquer atividade econômica a ser desenvolvida no país. Esses princípios orientam qualquer lei criada após a promulgação da nossa Constituição [7].

Assim que, anos depois, foi publicada a Lei 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) [9], reconhecendo expressamente a situação de vulnerabilidade do consumidor no mercado em relação ao fornecedor. Seguindo os parâmetros constitucionais, esse é um dos princípios mais importantes no Direito do Consumidor e significa que, de um lado, cabe ao consumidor aceitar ou não o que lhe é ofertado, confiando nas informações que são fornecidas; de outro lado o fornecedor detém todas as informações do produto e escolherá como usar veículos para estimular o consumo, muitas das vezes sem que o próprio consumidor perceba [29].

O CDC determina que deverá haver uma harmonização entre interesses dos participantes da relação de consumo – consumidor e fornecedor – com a proteção do consumidor contra abusos e outras condutas que vierem a causar prejuízo, o desenvolvimento econômico e tecnológico, a boa-fé e a transparência nas relações de consumo [4]. Em outros termos, as práticas de mercado não poderão desrespeitar o

sistema protetivo que existe em benefício do consumidor, nem o CDC poderá ser um entrave para o desenvolvimento.

Todos esses princípios são aplicados aos jogos digitais. Nesse mercado, o consumidor é geralmente identificado como o próprio jogador, o qual adquire um produto ou serviço, por meio de uma plataforma ou instrumento físico, de forma gratuita ou onerosa, como destinatário final é consumidor, para os fins legais (art. 2º do CDC) e estará amparado pelo CDC [4].

Assim, aplicam-se no comércio de jogos digitais direitos como o arrependimento de compra em até 7 (sete) dias (art. 49 do CDC). A natureza do direito ao arrependimento de compra decorre da impossibilidade de se apurar pessoal ou visualmente como é aquele produto físico mas que está sendo ofertado à distância e ao adquiri-lo, o consumidor pode verificar que não correspondeu à expectativa criada, e por isso, desejar desistir da negociação. Porém, em relação a jogos digitais, a interpretação deverá ser mais ampla, observadas as peculiaridades de cada plataforma e do que se adquiriu, pois a *mens legis* foi proteger o consumidor contra o comportamento compulsivo e irracional, permitindo a desistência da compra após um período de reflexão.

Também aplicam-se as regras que exigem transparência na oferta, com publicidade suficientemente precisa, a qual vincula o fornecedor. Um exemplo de aplicação dessa norma ocorreu com *Call of Duty: Black Ops 4* (Activision), que anunciou na pré-venda que disponibilizaria o *Battle Royale* em três opções, permitindo ao jogador, jogar sozinho, jogar em duplas ou jogar com um time formado de até quatro pessoas. Apenas após o lançamento do jogo, em outubro de 2018, a Activision justificou que não seria possível cumprir essa oferta no Brasil, mantendo apenas a possibilidade de se jogar com duplas e assim, descumprindo a sua oferta [36].

Há também um aspecto relevante que relaciona o Código de Defesa do Consumidor, a Constituição e a recente Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD - Lei 13.709/18). Conforme estudo realizado por King e Delfabbro (2018), para além da questão sobre as microtransações serem caracterizadas com elementos que estimulam o jogador a gastar ainda mais, há ainda a coleta de dados pessoais dos jogadores, o que permite a desenvolvedora criar um banco de dados, estudar hábitos e preferências e oferecer ao seu consumidor produtos que certamente lhe despertariam interesse [23]. Considerando a dignidade da pessoa humana e a vulnerabilidade do consumidor, a LGPD proíbe a coleta indiscriminada de dados pessoais, inclusive em se tratando de menores de idade - cuja autorização para o tratamento dos dados depende da autorização específica de um responsável legal. Com isso, os desenvolvedores devem estar atentos à forma como extraem dados dos usuários de seus jogos.

A legislação pátria é, então, capaz de regular boa parte dessas relações, observadas as devidas adequações aos videogames, considerando as leis protetiva do consumidor e a de proteção de dados pessoais, sem que isso seja um entrave

ao desenvolvimento da indústria de videogames no país.

III. A REGULAÇÃO DAS LOOT BOXES NO BRASIL E O COMBATE À MONETIZAÇÃO PREDATÓRIA

Apesar da legislação brasileira abranger a maior parte das questões comerciais envolvendo os videogames, as microtransações realizadas com as *loot boxes* merecem maior cuidado. Para King e Delfabbro [24], um desafio para a regulamentação dos jogos *on-line* e para a defesa do consumidor tem sido a falta de consenso acadêmico sobre as *loot boxes* e a relação com os jogos de azar, e por isso países como China, Bélgica e Austrália são exceção.

Dada a dicotomia entre jogos digitais *versus* jogos de azar, King e Delfabbro propõem a adoção do termo "monetização predatória" para se referir a microtransações que envolvam alguns elementos de jogos de azar ou possuem elementos que encorajam jogadores a continuar gastando [23]. Adotamos esse termo, sobretudo para diferenciar a monetização predatória do que seria um modelo ideal das *loot boxes*.

A monetização predatória envolve sistemas de compra *in-game* que disfarçam ou retêm o verdadeiro custo a longo prazo da atividade até que os jogadores já estejam suficientemente comprometidos financeira e psicologicamente a ponto de não conseguirem, sozinhos, deixar de jogar e consequentemente, de gastar dentro do jogo.

Para King e Delfabbro, tais esquemas são projetados para encorajar o gasto repetido de jogadores utilizando táticas ou elementos que podem envolver, singularmente ou em combinação, a divulgação limitada do produto; solicitações intrusivas e inevitáveis; sistemas que manipulam o resultado das recompensas para reforçar os comportamentos de compra sobre o jogo hábil ou estratégico, dentre outros. Isso, somado ao acesso de dados que as desenvolvedoras reúnem, leva a um problema que já estudado pelo Direito do Consumidor, a falta de simetria de informações entre fornecedor e consumidor. De um lado, há apenas o consumidor que deseja jogar e de outro, a indústria que, pra criar determinado produto, utiliza das preferências relacionadas ao jogador, dos recursos limitados que este possui e dos hábitos de consumo e de jogo, para oferecer presentes predeterminados para maximizar a probabilidade de provocar gastos do jogador.

As *loot boxes*, na forma que hoje são disponibilizadas, enfrentam entraves na legislação nacional, se deixarmos de levar em conta a associação com jogos de azar e a vedação legal a essa prática. Analisando apenas as leis vigentes, percebemos por exemplo, um problema em relação à oferta que atinge a liberdade de escolha (art. 6º, III e art. 30 do CDC) [9], já que o consumidor não sabe exatamente o que está adquirindo, pois não é a aquisição da caixa em si que motiva o jogador e sim, o seu conteúdo e a expectativa de, talvez – acreditando que o critério de aleatoriedade é observado - receber um item de grande valor.

Existem métodos comerciais desleais (art. 6º, IV do CDC) [9], em relação aos estímulos visuais e sonoros que induzem

o jogador a gastar, cada vez mais, dinheiro em *loot boxes*, e métodos que sutilmente fazem com o que o jogador fique cada vez mais jogando e gastando, com base em uma falsa expectativa de que o algoritmo das *loot boxes* realmente está trabalhando com a aleatoriedade - e não com o intuito de entender os hábitos do jogador e fazê-lo gastar ainda mais, indo de encontro com a LGPD.

Todavia, em se tratando da nítida relação entre as *loot boxes* e os jogos de azar, ultrapassa a seara do CDC e a LGPD, que partem de relações jurídicas lícitas, devendo a análise ir além.

No Brasil, os jogos de azar são proibidos há quase 60 anos, apesar de inúmeros projetos que tentam retornar a sua legalização. De acordo com o Instituto Brasileiro de Jogos e Entretenimento Legal: “O país tem uma das legislações mais atrasadas na área de loteria e jogos do mundo. O serviço lotérico foi reconhecido como serviço público pelo Decreto nº 21.143, de 10.03.1932. Qualificação mantida com a edição do Decreto-Lei nº 2.980, de 24.01.1943 e repetida com o Decreto-Lei nº 6.259, de 10.02.1944, bem como Decreto-Lei nº 204, de 27.02.1967. O Decreto-Lei nº 3.688, de 03.10.1941, que trata da ‘Lei das contravenções penais’ proibiu o jogo do bicho e o Decreto-Lei nº 9 215, de 30.04.1946 proibiu o cassino. Ou seja, depois de 46 anos da última lei, ainda não enfrentarmos a questão da atualização do marco regulatório para esta atividade.” [21]

No Brasil, apenas as loterias promovidas pela Caixa Econômica Federal (CEF) são legalizadas, por força do Decreto-lei n. 759/69 [6], e elas são exercidas por meio de Casas Lotéricas, estabelecimentos de responsabilidade de pessoa física ou jurídica que recebe, por meio de licitação, permissão da CEF para fazer essa administração. Logo, qualquer atividade relacionada à prática dos jogos de azar fora das situações envolvendo a CEF, são ilegais.

Porém, embora ilegais, não são, necessariamente, um crime. Considerando que no Direito Penal há uma interpretação restritiva, não é crime praticar ou explorar qualquer outra loteria ou jogo de azar que não seja “jogo do bicho”, isso porque, para o Decreto-lei 3.688/41, art. 58 [5], quem pratica ou explora a loteria denominada “jogo do bicho” comete contravenção penal, sujeito a prisão simples de até um ano. Há uma lacuna legal que permite interpretar que não é crime a prática de qualquer outro jogo de azar, ao passo que existe, também, uma lei que torna ilegal – mas não torna criminoso – a prática de jogo de azar, salvo nas circunstâncias permitidas.

Diante da competência da União para legislar sobre loterias e sorteios (Constituição Federal, art. 22 inciso XX) [7], tramitam atualmente no Congresso Nacional dois importantes projetos de lei sobre o tema, PL 442/91 e PL 186/14, além de vários outros que foram pensados a esses dois, apresentados entre 1991 a 2019. Todos eles se propõem a regular a prática de jogos de azar, num geral, sem apresentar uma definição do que, de fato, seja considerado jogo de azar,

além de estarem voltados, essencialmente, à regulamentação de cassinos e jogos do bicho. O mais antigo deles, o PL 442/91, dispõe sobre a legalização do jogo do bicho no país e atualmente aguarda pauta para ser votado no plenário.

Alguns poucos projetos, contudo, chamam a atenção por demonstrar interesse em discutir, ainda que superficialmente, os jogos digitais. O PL 186/14, por exemplo, insere qualquer jogo eletrônico no rol de jogos de azar, não importando as características desse jogo. Ainda, adota uma definição simples demais para os jogos digitais:

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

V – jogos eletrônicos: formas de mídia que utilizam plataforma eletrônica especializada e envolve um jogador interagindo com uma máquina;” [12]

O PL 2903/2015 se arrisca em algumas definições, dentre elas a de jogos eletrônicos e jogos *on-line*, e, apesar de ser um projeto com proposto recentemente, vai na contramão daquilo que a doutrina já definiu ser jogo digital e ignorando que esses jogos também possuem modo *on-line*:

”II – jogos eletrônicos: formas de mídia que utilizam programas de processamentos de dados (software) e envolvem um jogador interagindo com máquina e programas específicos devidamente homologados por entidades nacional ou internacional credenciadas pelo CNCJ;

... VII – jogos *on-line*: os jogos de fortuna, apostas hípcas e apostas esportivas quando praticados à distância através de suportes eletrônicos, informáticos, telemáticos e interativos, ou de quaisquer outros meios a eles assemelhados.” [13]

A definição proposta é insuficiente para os tempos atuais. Além de propor a criação de um órgão governamental que irá homologar os programas a serem usados nos jogos eletrônicos desenvolvidos ou comercializados no país – esse aspecto não é claro – há ainda uma equivocada concepção de jogos digitais e jogos *on-line*.

Em nenhum dos projetos de lei analisados há uma preocupação em reforçar ou disciplinar a questão da capacidade civil para ter acesso a jogos de azar, como a vedação a menores, idosos ou pessoas com a capacidade mental reduzida, nos termos do Código Civil [11], artigos 3º e 4º⁷.

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), uma lei de 1990 [8], proíbe a entrada de menores de idade em estabelecimentos que explorarem comercialmente casas de jogos (art. 80) e proíbe a venda ao menor, de bilhetes lotéricos e equivalentes (art. 81). Porém, o Estatuto é insuficiente para regulamentar as práticas de jogos de azar presentes nos jogos digitais, principalmente por não ser possível fazer uma analogia de “bilhetes lotéricos” com jogos digitais.

Então, pensar na regulamentação das *loot boxes* é questão de grande importância, se levar em conta o crescimento do

⁷Segundo os artigos 3º e 4º do Código Civil, seriam os menores de 16 anos absolutamente incapazes, e os relativamente incapazes aqueles entre 16 a 18 anos, ébrios habituais, viciados em tóxicos, os pródigos e os que, por causa transitória ou permanente, não puderem exprimir a sua vontade.

mercado de jogos digitais, a relação de certos procedimentos com jogos de azar e as vulnerabilidades dos consumidores.

IV. PROPOSTAS PARA A MELHORIA DO MERCADO NACIONAL DE JOGOS DIGITAIS E DA COMERCIALIZAÇÃO DAS LOOT BOXES

Discutir se determinada prática deve ser objeto de regulamentação significa considerar a intervenção do Estado nas relações privadas a fim de regular desequilíbrios de mercado e de promover o desenvolvimento econômico e social em busca do bem estar. Nessa toada, se seguirmos o entendimento de países como Bélgica, Austrália e China, assentindo que as *loot boxes* são forma de jogo de azar e que, por isso devem respeitar a legislação sobre o tema, chegará num ponto em que essas caixas, no formato como hoje conhecemos, serão proibidas no Brasil, tal qual os jogos de azar.

Eventual regulamentação que vier a ser criada, conforme Perks, não precisa ser debilitante para os desenvolvedores de jogos mas deve, por outro turno, fazê-los assumir a responsabilidade por esse modelo de monetização predatória, que explora os seus consumidores, podendo, por exemplo, reconhecer que o sistema atual das *loot boxes* é um jogo de azar e pode causar danos aos jogadores [34].

As soluções não podem interferir em números e arrecadação das desenvolvedoras, sob pena de não se ter adesão das próprias empresas no empenho pela conscientização acerca do consumo e do bem estar dos jogadores. Afinal, os consumidores decidem consumir produtos desse mercado pensando em diversão, e não necessariamente em gastar quanto dinheiro for possível.

Neely alerta os desenvolvedores que, ao permitir que os jogadores troquem tempo por dinheiro (com a compra de atalhos ou melhoramentos) pode gerar um duplo prejuízo: jogadores com menos condições financeiras possuem tanto menos dinheiro quanto menos tempo e por isso, estarão em clara desvantagem contra aqueles que possuem ou tempo ou dinheiro [30]. Esse é apenas um dos vários impasses éticos criados com as *loot boxes*.

Nesse passo, não parece como o melhor caminho usar, no Brasil, o paradigma adotado em alguns países no sentido de apreender as *loot boxes* como, essencialmente, jogos de azar. Decerto que existem várias características comuns entre ambos mas, é melhor para o mercado que as *loot boxes* sejam repensadas para se afastar, ao máximo, da ideia de jogos de azar, caminhando assim para algo próximo daquilo que a China já tem feito.

Acreditamos que, no Brasil, medidas iniciais poderiam ser tomadas por um órgão governamental, cujo programa de ação partiria da ideia de educar as pessoas sobre conceitos importantes na indústria de jogos para, apenas depois, levantar questões acerca da regulamentação. Isso teria por objetivo evitar leis desastrosas, destoantes com a realidade.

O Ministério da Justiça têm por competências, além de tantas outras, promover ações para assegurar os direitos e interesses do consumidor, proteger o mercado de consumo e promover ações para assegurar os direitos e interesses do consumidor, tais como criar classificação indicativa para obras audiovisuais [27]. Sua importância reside no fato de ser um órgão nacional com poder normativo, podendo editar instruções normativas para auxiliar na interpretação de leis.

O CGI-BR (Comitê Gestor de Internet) [16], quanto o NIC-BR (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR) [31], que trabalham pela melhoria da internet no Brasil, poderão tanto realizar trabalhos de informação e conscientização quanto trabalhar em conjunto com o Ministério da Justiça, fornecendo informações para que este ente elabore diretivas e campanhas educacionais, e até normas, no sentido de informar conscientizar e orientar o mercado de vídeo games nacional.

Assim como tem feito em outras oportunidades, com publicações de cartilhas e manuais para orientar tanto empresas quanto cidadãos, o Ministério da Justiça poderia elaborar um manual com diretrizes a serem observadas no desenvolvimento e na comercialização dos jogos no país. Como sugestão, essa cartilha poderia conter diretrizes inspiradas nas propostas de King e Delfabbro [23]:

- Garantir que todos os itens de jogo possam ser adquiridos ou mediante pagamento em dinheiro – real ou *in-game* – ou possam ser conquistados também com horas de jogo;
- Os itens adquiridos no jogo, mediante pagamento com dinheiro real, só poderão expirar ou serem deletados mediante reembolso ao jogador;
- Priorizar a aleatoriedade das *loot boxes* em detrimento da adoção de um algoritmo que priorize o comportamento do jogador e conceda recompensas gradativamente piores para estimular o jogador a continuar comprando esses itens;
- Redução do estímulo visual e sonoro relacionado à compra e à abertura das *loot boxes*, de modo a não deixá-los apelativos.
- Existência de informação nos jogos que permitam microtransações, com alertas do tipo “esse jogo permite compras ilimitadas” ou “esse jogo possui loja para compras com dinheiro real”;

Existem também soluções que podem aproximar a legislação brasileira para a realidade das microtransações. Em respeito ao direito de oferta e publicidade no CDC, o jogador deverá ser informado sobre o histórico das últimas *loot boxes* adquiridas, com o valor pago e a recompensa recebida. Esse histórico deveria conter, pelo menos, as últimas cinco microtransações, de modo a permitir ao consumidor entender melhor o panorama de seus gastos *in-game*.

Também, o jogador deverá ter acesso ao histórico das *loot boxes*, com dados estatísticos das recompensas, organizado

por categoria territorial, em vez do acesso ao histórico de outros jogadores, especificamente, conforme proposto por King e Delffabro [24]. Assim, seria criado um histórico por região no Brasil (como sudeste, sul, centro-oeste, etc.), um histórico por país e outro por continente, considerando que essas métricas levam em conta algoritmos moldados para cada perfil de jogador e permitem às desenvolvedoras entenderem comportamentos.

Por força do ECA, as microtransações não deverão ser amplamente acessíveis a menores de idade, principalmente em se tratando de *loot boxes*. Dessa feita, jogos que as possuem deverão estabelecer a classificação indicativa mínima para ter acesso ao conteúdo das lojas dentro do jogo, e ainda que isso possa ser superado pela simples omissão na informação de idade ao preencher o cadastro do jogo, as compras *in-game* poderiam ser limitadas caso o jogador cadastrado faça uso de uma forma de pagamento que não esteja em seu nome – como por exemplo, usar cartão de crédito de terceiros.

Medidas de conscientização, informação e educação devem ser o primeiro passo nesse caso, em detrimento com a preocupação em elaborar uma lei específica para lidar com o assunto, considerando o alcance da indústria de jogos, o seu crescimento e a demanda por soluções rápidas e eficientes para que isso possa gerar não só informação mas, futuramente, maior respaldo acaso venha a ser discutida a necessidade de criação de uma lei para regular melhor esse campo. Por isso acreditamos que o empenho de órgãos públicos na compreensão dos aspectos da indústria de jogos e das suas implicações na sociedade é um grande passo para lidar com as controvérsias existentes.

V. CONCLUSÃO

O mercado de jogos digitais está em constante expansão, promovendo inovações relacionadas à jogabilidade, *game design* e monetização. A indústria dos jogos não pode deixar de lado o que motiva os jogadores a consumirem tanto esse tipo de produto ou serviço. Considerá-los apenas como mera fonte de dinheiro é ir à contramão daquilo que mais atrai nesse mercado: o entretenimento.

As *loot boxes*, para serem regularizadas no país, precisariam ser reformuladas para perder as características de jogos de azar. Por isso, tanto o poder público - e principalmente o Ministério da Justiça - quanto entidades privadas empenhadas na defesa do direito do consumidor podem realizar campanhas educativas e diretrizes para informar aos consumidores sobre o que é a indústria de jogos, como ela funciona e quais os seus reflexos para os consumidores. É importante criar, diretrizes para que as *loot boxes* possuam apenas características de jogos, além de uma rede educativa para que as pessoas entendam melhor as implicações dos jogos digitais em suas vidas para, apenas em um segundo momento, discutir a necessidade de uma regulação sobre eventuais práticas nesse mercado que possam causar prejuízos aos consumidores.

REFERÊNCIAS

- [1] Activision Blizzard Inc, *Activision Blizzard Announces Fourth-Quarter 2017 Financial Results*, 2017. [online] Activision Blizzard, Inc. Disponível em: <https://investor.activision.com/news-releases/news-release-details/activision-blizzard-announces-fourth-quarter-and-2017-financial> [Acesso em: 11 jun. 2019].
- [2] Activision Blizzard Inc, *Activision Blizzard Announces First-Quarter 2019 Financial Results*, 2019. [online] Activision Blizzard, Inc. Disponível em: <https://investor.activision.com/news-releases/news-release-details/activision-blizzard-announces-first-quarter-2019-financial> [Acesso em: 11 jun. 2019].
- [3] A. Avard, *Video games have a loot box fetish, and it's starting to harm the way we play*, 2017. [online] GamesRadar. Disponível em: <https://www.gamesradar.com/loot-boxes-shadow-of-war/> [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [4] L. R. Bessa and W. J. F. Moura, *Manual de direito do consumidor*, 2014. Coord. Juliana P. Silva. 4. ed. Brasília : Escola Nacional de Defesa do Consumidor.
- [5] Brasil, Decreto-lei 3.688 de 3 de outubro de 1941. *Lei das Contravenções Penais*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3688.htm. [Acesso em: 24 jun. 2019].
- [6] Brasil, Decreto-lei n 759/69, de 12 de agosto de 1969. *Autoriza o Poder Executivo a constituir a empresa pública Caixa Econômica Federal e dá outras providências*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del0759.htm. [Acesso em: 24 jun. 2019].
- [7] Brasil, Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. [Acesso em: 12 jun. 2019]
- [8] Brasil, Lei 8.069/90 de 13 de julho de 1990. *Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm. [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [9] Brasil, Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990. *Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. [Acesso em: 14 jun. 2019]
- [10] Brasil, Lei 13.709 de 14 de agosto de 2018. *Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet)*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm. [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [11] Brasil, Lei n. 10.406 de 10 de janeiro de 2002. *Institui o Código Civil*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. [Acesso em: 19 jun. 2019].
- [12] Brasil, Senado Federal. *Projeto de Lei 186/14 que dispõe sobre a exploração de jogos de azar em todo o território nacional*. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/matéria/117805>. [Acesso em: 14 jun. 2019].

- [13] Brasil, Câmara dos Deputados. *Projeto de Lei 442/91 que dispõe sobre a legalização do jogo do bicho e apensos*. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadedtramicacao?idProposicao=15460>. [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [14] J. Brightman, *NPD finds 40 percent of freemium players pay for in-game features*, 2012. [online] GamesIndustry.biz. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2012-04-23-npd-finds-40-percent-of-freemium-players-pay-for-in-game-features>. [Acesso em: 9 jun. 2019].
- [15] S. Chang, *Loot boxes - parte 2: o império das microtransações*, 2019. [online] Centro de Pesquisa em Direito, Tecnologia e Inovação. Disponível em: <https://www.dtibr.com/blog/2019/03/22/loot-boxes-o-status-jurc3addico-das-loot-boxes-em-diferentes-pac3adses>. [Acesso em: 11 jun. 2019].
- [16] Comitê Gestor da Internet, *CGI-BR*. [online]. Disponível em: <https://www.cgi.br/>. [Acesso em: 08 set 2019].
- [17] A. Drummond and J. D. Sauer, *Video games loot boxes are psychologically akin to gambling*. *Nature Human Behaviour*, 2, 2018, pp. 530– 532.
- [18] E-Commerce Brasil, *Mercado de Games deve crescer 19% em 2018*, 2018. [online] Redação E-Commerce Brasil. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mercado-de-games-deve-crescer-19-em-2018/>. [Acesso em: 19 jun. 2019].
- [19] M. D. Griffiths, *Is the buying of loot boxes in videogames a form of gambling or gaming?*. *Gaming Law Review*. 22(1), 2018, pp. 52-54.
- [20] V. Hood, *Are loot boxes gambling?*, 2017. [online] Eurogamer. Disponível em: <https://www.eurogamer.net/articles/2017-10-11-are-loot-boxes-gambling>. [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [21] Instituto Jogo Legal, *Nossa Causa: "Jogo Legal, ganham Estado e sociedade"*. Disponível em: <http://www.institutojogolegal.com.br/Home/Conteudo/NossaCausa>. [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [22] S. L. Kent, *The Ultimate History of Video Games*, Prima Communications, Inc., Rocklin, CA, 2001.
- [23] D. L. King and P. H. Delfabbro, *Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder*. *Addiction*, 113(11), 2018, pp.1967-1969.
- [24] D. L. King and P. H. Delfabbro, *Video game monetization (e.g. 'Loot Boxes'): a blueprint for practical social responsibility measures*. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(1), 2019, pp.166-179.
- [25] N. Lawrence, *The troubling psychology of pay-to-loot systems*, 2017. [online]. IGN US. Disponível em: <https://www.ign.com/articles/2017/04/24/the-troubling-psychology-of-pay-to-loot-systems>. [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [26] N. Lovell, *Opinion: Freemium Has Won: Time To Move The Debate On*, 2019. [online] Gamasutra.com. Disponível em: https://www.gamasutra.com/view/news/39305/Opinion_Freemium_Has_Won_Time_To_Move_The_Debate_On.php&hl=en&geo=us. [Acesso em: 11 jun. 2019].
- [27] Ministério da Justiça, *Decretos e Competências*, 2019. [online]. Disponível em: <https://www.justica.gov.br/Acesso/institucional/sumario/competencia>. [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [28] F. S. Miranda and P. C. Stadzisz, *Jogo Digital: definição do termo*. In: *Proceedings of XVI Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital*, 2017.
- [29] P. V. D. P. Moraes, *Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito*. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009. pp.141-191.
- [30] E. Neely, *Come for the game, stay for the cash grab: the ethics of loot boxes, microtransactions, and freemium games*. ETHICOMP Conference, Poland, 2018.
- [31] Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, *NIC-BR*. [online]. Disponível em: <https://www.nic.br/>. [Acesso em: 08 set 2019].
- [32] Parlament Live TV, *Immersive and addictive technologies*, 2019. [online] Digital, Culture, Media and Sport Committee. Disponível em: <https://parliamentlive.tv/event/index/0bf5f000-036e-4cee-be8e-c43c4a0879d4>. [Acesso em: 20 jun 2019].
- [33] M. Perks, *Limited edition loot boxes: problematic gambling and monetization*, 2016. [online] A Medium Corporation. Disponível em: <https://medium.com/the-cube/limited-edition-loot-boxes-problematic-gambling-and-monetization-756819f2c54f>. [Acesso em: 14 de jun. 2019].
- [34] M. Perks, *Why a conversation around loot Box regulation, responsibility, and harm needs to be happening*, 2017. [online] A Medium Corporation. Disponível em: https://medium.com/@perks_matthew/why-a-conversation-around-loot-box-regulation-responsibility-and-harm-needs-to-be-happening-636acf0e99ba. [Acesso em: 14 jun. 2019].
- [35] Pesquisa Game Brasil, *Pesquisa Game Brasil: Paineis Latam*, 2019. [online] Blend New Research; Sioux. Disponível em: <https://materiais.pesquisagamebrasil.com.br/painel-gratuito-2019>. [Acesso em: 13 jun. 2019].
- [36] Reclame Aqui, *Solicitação de reembolso devido a propaganda enganosa*, 2018 [online] Reclame Aqui. Disponível em: https://www.reclameaqui.com.br/playstation-brasil-oficial/solicitacao-de-reembolso-devido-a-propaganda-enganosa-jogo-incompleto_0eIUInkwEiGk4bej/. [Acesso em: 1 jun. 2019].
- [37] J. Richard, *From play-to-win to pay-to-win: the trap of "loot boxes" in videogames*. Youth Gambling International Newsletter, 2018.
- [38] D. Zendle and P. Cairns, *Loot boxes are again linked to problem gambling: Results of a replication study*. *PLoS ONE* 13(11), 2018.