



•NOVA•
UCSAL

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR
GRADUAÇÃO EM DIREITO**

PEDRO CÂNDIDO ALMEIDA MATOS E SOUZA

**PRÁTICAS ABUSIVAS AOS CONSUMIDORES DE JOGOS
ELETRÔNICOS: UMA ANÁLISE JURÍDICA A PARTIR DA
PERSPECTIVA DA VULNERABILIDADE.**

**Salvador
2024**

PEDRO CÂNDIDO ALMEIDA MATOS E SOUZA

**PRÁTICAS ABUSIVAS AOS CONSUMIDORES DE JOGOS
ELETRÔNICOS: UMA ANÁLISE JURÍDICA A PARTIR DA
PERSPECTIVA DA VULNERABILIDADE.**

Trabalho de Conclusão do Curso,
apresentado para obtenção do grau de
médico no Curso de Direito da Universidade
Católica de Salvador, UCSal.

Orientador: Prof. Aleksandro de Mesquita
Brasileiro

**Salvador
2024**

RESUMO

Em virtude do rápido crescimento do mercado de entretenimento e da indústria dos jogos eletrônicos, diversas práticas comerciais viabilizadas por meios digitais, como a aquisição de bens virtuais – exemplificados por itens cosméticos conhecidos como "*Skins*" – emergiram, trazendo consigo métodos alternativos de monetização que permitem uma maior longevidade dos jogos eletrônicos. Contudo, decorrente dessa evolução, várias práticas tornaram-se comuns entre os desenvolvedores e distribuidores de jogos eletrônicos. Essas práticas, quando analisadas sob a perspectiva da relação de consumo, podem facilmente ser caracterizadas como abusivas. O ordenamento jurídico brasileiro possui apenas um dispositivo que trata especificamente dos jogos eletrônicos, revelando-se insuficiente para uma regulamentação abrangente nessa área. O presente estudo objetiva examinar a evolução das relações comerciais no contexto dos jogos eletrônicos, identificar práticas comuns que podem ser consideradas abusivas e analisá-las à luz do Código de Defesa do Consumidor, com o propósito de encontrar neste um fundamento para proteger os consumidores de jogos eletrônicos contra tais práticas.

Palavras-chave: jogos eletrônicos; direito do consumidor; práticas abusivas.

ABSTRACT

Due to the rapid growth of the entertainment market and the electronic gaming industry, several commercial practices enabled by digital means, such as the acquisition of virtual goods – exemplified by cosmetic items known as "Skins" – have emerged, bringing with them alternative monetization methods that allow for greater longevity of electronic games. However, as a result of this evolution, several practices have become common among electronic game developers and distributors. These practices, when analyzed from the perspective of the consumer relationship, can easily be characterized as abusive. The Brazilian legal system has only one device that specifically deals with electronic games, proving to be insufficient for comprehensive regulation in this area. The present study aims to examine the evolution of commercial relations in the context of electronic games, identify common practices that can be considered abusive and analyze them in light of the Consumer Protection Code, with the purpose of finding in this a basis to protect consumers from electronic games against such practices.

Keywords: electronic games; consumer's rights; abusive practices

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CC	Código Civil
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CF	Constituição Federal
PL	Projeto de Lei

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

2 CONCEITOS PRELIMINARES

3 A CONCEPÇÃO DE VULNERABILIDADE NO CÓDIGO DO CONSUMIDOR

4 DAS PRÁTICAS ABUSIVAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

REFERÊNCIAS

1 INTRODUÇÃO

Este artigo visa examinar a evolução da indústria dos jogos eletrônicos, observando as transformações nas características e facetas da relação entre consumidores e fornecedores ao longo do tempo, bem como a adoção de práticas que exploram a vulnerabilidade dos consumidores dessa mídia de entretenimento. Exemplos dessas práticas incluem padrões de manipulação, estratégias análogas à venda casada e sistemas similares a máquinas caça-níqueis. A metodologia utilizada fundamenta-se no método hipotético-dedutivo, complementado por uma pesquisa bibliográfica que abrange a revisão documental de livros, artigos, legislações e periódicos.

No primeiro capítulo, será apresentado um contexto histórico, com o objetivo de compreender a evolução dos jogos eletrônicos de simples produtos a serviços online contínuos, estabelecendo a importância e relevância do tema atual. Também serão definidos conceitos prévios necessários para a compreensão integral do estudo, uma vez que o campo do direito digital ainda é amplamente inexplorado pela legislação brasileira. Será necessária, portanto, a definição clara de termos utilizados no ambiente virtual e de práticas que só podem ocorrer no meio digital.

As definições dos diversos objetos a serem estudados, como os chamados bens virtuais, sua presença nos jogos, e o entendimento do ordenamento jurídico sobre a equiparação de bens virtuais aos bens reais também serão trabalhadas neste tópico. Além disso, serão analisadas as diferentes modalidades de microtransações frequentemente implementadas no ambiente digital, bem como as vantagens dessas práticas para desenvolvedores e consumidores.

O capítulo subsequente realizará uma análise sobre o princípio da vulnerabilidade do consumidor conforme o Código de Defesa do Consumidor (CDC), com a finalidade de observar e estudar as relações de consumo no ambiente digital sob a perspectiva do direito do consumidor. Será necessário também o estudo do abuso do direito, das práticas abusivas, de como elas ocorrem e quais ferramentas a legislação oferece para defender os consumidores de jogos eletrônicos.

O tópico seguinte explorará as condutas dos desenvolvedores e distribuidores de jogos eletrônicos, especificamente os padrões de manipulação de consumidores, as chamadas *Loot Boxes* e sua relação com jogos de azar, o direcionamento do público infanto-juvenil para o consumo de bens virtuais, a presença de práticas como

a venda casada, entre outras. Também será analisado como o CDC pode ser utilizado como instrumento para proteger os consumidores de jogos eletrônicos.

O objetivo principal da pesquisa é informativo, dado que os mundos do direito brasileiro e da tecnologia ainda enfrentam muitas barreiras a serem superadas para alcançar uma regulamentação adequada do ambiente virtual.

2 CONCEITOS PRELIMINARES

Os jogos eletrônicos consolidaram-se como uma forma de entretenimento amplamente difundida globalmente. Com o avanço da tecnologia, essa indústria experimentou um crescimento extraordinário e uma expansão constante, culminando em um mercado global multi bilionário. (Folha de S. Paulo, 2020) Todavia, esse rápido desenvolvimento não ocorreu sem desafios, especialmente no que tange aos direitos e interesses dos consumidores.

A relação entre os consumidores de jogos eletrônicos e os desenvolvedores, distribuidores e operadores desses produtos é complexa e, como em qualquer outra relação comercial, desigual. Com a evolução da internet e das possibilidades do mundo digital, diversas práticas de mercado começaram a proliferar na indústria.

Ao observarmos a história dos jogos, notamos que, embora as formas de monetização contínua dos jogos sejam frequentemente associadas à internet e ao comércio eletrônico – como é o exemplo de itens cosméticos que os jogadores podem comprar nas lojas virtuais comumente denominados "*Skins*", ou atualizações e expansões de conteúdo denominadas *DLCs* – esse fenômeno tem raízes mais antigas. Ele pode ser rastreado até as primeiras máquinas de arcade, como o *Pinball*, em que o jogador comprava fichas, cada uma representando uma chance de jogar e alcançar a maior pontuação.

Foi apenas no final da década de 1970 que consoles como o Atari começaram a surgir, tornando os jogos mais acessíveis ao público em geral. Conseqüentemente, a necessidade de um investimento contínuo sempre que o usuário quisesse jogar tornou-se obsoleta, pois qualquer pessoa poderia ter um console em casa (Raessens *et al.*, 2005, p. 25).

Após esse período, a relação entre os jogadores e os jogos eletrônicos simplificou-se: o usuário pagava um valor fixo e mais elevado em troca de um produto completo, no caso, o jogo eletrônico, sem a necessidade de pagar por uma chance de jogar, como ocorria com as máquinas de arcade.

Contudo, com a contínua evolução tecnológica, também vieram inovações na indústria de entretenimento. Processadores mais avançados e aparelhos eletrônicos mais modernos possibilitaram o desenvolvimento de jogos mais elaborados, maiores e melhores, mas também elevaram os custos de produção.

Atualmente, o custo de produção de jogos é altíssimo, como exemplificado pelo jogo *Cyberpunk 2077*, cujo custo de produção alcançou 315 milhões de dólares (R\$1.695 bilhões) (Mainleaf, 2022).

A relevância do presente estudo torna-se extremamente clara ao observarmos o crescimento desenfreado dessa área. Em uma matéria do jornal Folha de São Paulo (2020), uma entrevista com o responsável pelo licenciamento de desenvolvedores para a Nintendo, realizada em 2018, destacou:

A indústria de jogos é maior do que as de cinema e música combinadas", afirmou Hawkins durante a conversa, junto a um gráfico que comparava a rentabilidade de cada indústria em 2018. "Ela é a segunda maior no entretenimento, atrás apenas da televisão. O Game é uma das formas que as pessoas mais buscam para se divertir", continuou ele, mostrando uma outra pesquisa que indica que há cerca de 2,6 bilhões de jogadores no mundo.

Devido ao aumento dos custos de produção e à busca incessante por maiores margens de lucro, os desenvolvedores começaram a explorar maneiras de obter receitas adicionais de maneira contínua com seus jogos. Assim, diversas práticas passaram a ser popularizadas, como a compra de itens virtuais com dinheiro real, uma tendência amplamente difundida pelos *Massively Multiplayer Online* (MMOs).

Segundo João Victor Rozzati Longhi e Cristiano Medeiros de Castro (s.d.):

Vem se explicar que os jogos MMORPGs são tipos de Software especializados em interação entre os jogadores, onde os players avançam em um universo inteiramente digital, guiados por leis criadas pelos desenvolvedores e onde as relações são mais intensas, como compra entre jogadores ou terceiros e bem como interações sociais que extrapolam o ambiente virtual. Em regra, tais jogos são pagos, porém alguns servidores têm adotado o modelo gratuito e são mantidos por um forte marketing interno e venda de bens virtuais em dinheiro real.

É fundamental trazer essa definição, não apenas para a compreensão do que realmente são os jogos MMORPGs, mas também para entender a transformação significativa na relação entre jogadores e desenvolvedores desde a criação dos videogames.

Vários RPGs (*Role Playing Games*) adotaram um sistema de inscrição, onde o jogador paga mensalmente pelo jogo,

Alguns jogos chegaram até a adotar um sistema onde o jogo em si era gratuito, mas possuiria diversas formas de microtransações, como oportunidades de comprar vidas extras, ou uma armadura diferente, um grande exemplo disso é um dos jogos

mais populares do mundo, League of Legends, que trocou a necessidade de um valor inicial, por uma abundância de microtransações opcionais, fato que não apenas foi aceito, mas que se provou extremamente bem sucedido, já que o jogo em questão ainda recebe atualizações gratuitas desde seu lançamento em 2009.

Em seu artigo, Castro e Longhi (2020) discutem os chamados bens virtuais, que constituem o foco central desta pesquisa:

No mercado eletrônico atual, os bens digitais consistem principalmente em produtos de informação. Um bem de informação ou conhecimento é um tipo peculiar de mercadoria. Ele não precisa de presença física e a mesma ideia ou informação pode ser transmitida de diversas maneiras. Como o ciberespaço virtual existe na mente dos usuários, a ideia ou informação—produto da mente—é considerada um habitante nativo do ciberespaço. Sua importância econômica, contudo, deve ser analisada como uma mercadoria consumível, para a qual se organiza um mercado e se determina um preço com base em sua utilidade.

A legislação brasileira apresenta uma lacuna quanto ao tema dos bens digitais e sua proteção. No entanto, já existem projetos de lei que visam incluir esses bens na herança de indivíduos, como exemplificam o PL 4.099/12, PL 7.742/17, PL 8.562/17 e PL 1.689/21 (Hosken, 2023).

Dessa forma, compreendemos que os bens digitais, assim como os bens reais, possuem valor, são passíveis de comercialização no mercado virtual e são considerados mercadorias consumíveis. De acordo com Henrique Avelino Lana e Cinthia Fernandes Ferreira, podem ser considerados bens digitais todos aqueles intangíveis existentes exclusivamente no meio eletrônico, podendo ser comercializados ou compartilhados por tal meio (Ferreira; Lana, 2023).

Embora existam várias definições e tentativas de caracterizar os bens digitais, a legislação brasileira ainda não se consolidou sobre o tema. Devido à falta de legislação específica e à complexidade de caracterizar os bens virtuais – visto que o termo engloba uma vasta gama de itens, desde arquivos de texto, músicas, vídeos até itens dentro de jogos eletrônicos – torna-se evidente a necessidade de uma regulamentação específica para definir e regular as relações que envolvem tais bens.

Entretanto, a utilização provisória do Diploma Consumerista (CDC) na defesa do consumidor que adquire esses bens não é prejudicial, visto que a relação de consumo virtual ainda é essencialmente a mesma, apesar do objeto ser um bem ainda não plenamente caracterizado no ordenamento jurídico brasileiro.

No contexto dos jogos eletrônicos, um bem digital pode ser uma armadura ou uma arma em um jogo de fantasia, por exemplo, ou um novo personagem jogável com habilidades distintas em um jogo de luta. A aquisição desses bens, que são adicionais ao jogo principal e não essenciais para a experiência completa do jogador, é conhecida popularmente como microtransação. (Silva, 2021)

Outra modalidade de transação online são as chamadas *Loot Boxes*, cuja origem remonta a práticas culturais distintas do Japão, especificamente às máquinas "*gashapon*", que distribuem cápsulas contendo itens aleatórios mediante o dispêndio de poucas moedas (Vinha, 2017).

Analogamente, em âmbito global, identificam-se equivalentes como ovos de chocolate que incorporam brinquedos em seu interior ou álbuns de figurinhas, que vendem novas figurinhas em pacotes selados, não permitindo ao comprador a escolha específica dos itens.

Em suma, uma *Loot Box* é um pacote virtual que os jogadores podem adquirir ou ganhar no jogo. Ela contém uma seleção aleatória de itens virtuais, como *skins*, personagens, armas ou outros elementos de personalização. Os jogadores normalmente pagam uma quantia real para abrir a *Loot Box*, e o conteúdo interno é revelado somente após a compra.

Essa mecânica de jogo é frequentemente associada a microtransações e tem sido objeto de debate devido a preocupações éticas e potenciais impactos no comportamento do jogador, já que tal prática é extremamente semelhante aos jogos de azar, que é definido pela lei de contravenções penais (Decreto-Lei nº 3.688/1941) como "jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte" (BRASIL, 1941).

Ademais, surge um agravante substancial na prática das *Loot Boxes*, considerando que essas estão inseridas no âmbito dos jogos eletrônicos, podendo ser prontamente acessadas por crianças e adolescentes.

Existe uma discussão crescente em relação às *Loot Boxes* e seu paralelo com jogos de azar. No entanto, para manter a brevidade e coesão deste trabalho, limitaremos a discussão às microtransações em geral como forma de consumo de bens virtuais dentro dos videogames, tratando as *Loot Boxes* como tais.

Há ainda uma forma adicional de monetização para jogos, que é discutivelmente a mais importante, pois foi a precursora de todos os tipos de microtransações mencionados anteriormente: o chamado Pacote de Expansão ou

Downloadable Content (DLC). Os DLCs são, em geral, qualquer tipo de conteúdo adicional de um jogo, podendo incluir novas fases, novos mapas e objetivos, ou até mesmo extensões significativas de histórias (Techo, 2014).

As microtransações em geral têm como objetivo fornecer aos desenvolvedores uma fonte contínua de receita, justificando assim atualizações contínuas de um mesmo jogo e um suporte a longo prazo, em oposição a um sistema no qual 100% do lucro de um videogame estaria vinculado às suas vendas iniciais. Por meio de pacotes de expansão e itens vendidos em suas lojas virtuais, os jogadores podem adquirir conteúdo adicional por um valor acessível, incentivando as empresas a continuar criando conteúdo.

Microtransações também vêm sendo utilizadas pelos desenvolvedores como um “atalho” para conseguir recompensas e itens que podem ser adquiridos por simplesmente jogar os jogos. Um exemplo disso são os jogos de fantasia, onde o progresso do jogador está atrelado ao nível de seu equipamento. Os desenvolvedores permitiriam ao jogador pagar uma pequena quantia em dinheiro para adquirir um item ao invés de cumprir uma missão para consegui-lo, o que possivelmente demandaria um investimento de tempo maior.

No entanto, apesar das vantagens para ambas as partes envolvidas, devido à natureza desigual das relações de consumo, práticas que exploram as peculiaridades do sistema de microtransações começaram a ser difundidas e utilizadas para manipular os consumidores a gastarem mais dinheiro do que o necessário.

As controvérsias das microtransações começam quando essas são usadas para desbloquear conteúdo que alguns jogadores acreditam que deveria estar no jogo base desde o início, já que isso incentiva os desenvolvedores a cortar partes do jogo anteriormente completo para que após o seu lançamento, possa ser cobrado um valor separado pelas partes cortadas. Ou no caso de jogos competitivos, quando um usuário que gastou dinheiro com o jogo consegue acesso a equipamentos melhores que os outros, fazendo com que a competição se torne desigual, e pressionando aqueles que se recusam a gastar dinheiro, para ter vantagens sobre outras pessoas.

No próximo tópico, analisaremos o conceito de vulnerabilidade conforme estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), a fim de compreender melhor as relações de consumo em geral, o status de vulnerável conferido pelo CDC aos consumidores e como os desenvolvedores e distribuidores de jogos eletrônicos podem se utilizar da vulnerabilidade dos usuários.

Antes de adentrarmos na discussão sobre as normas e princípios presentes no CDC, é importante salientar que o ordenamento jurídico brasileiro conta agora com uma nova legislação, publicada em 6 de maio de 2024. O marco legal dos jogos eletrônicos, Lei nº 14.852, de 3 de maio de 2024 (Brasil, 2024).

Essa lei, de autoria do deputado Kim Kataguiri, traz atualizações importantes, como definições do conceito de jogo eletrônico (Art. 5º, I) e de desenvolvedores (Art. 7º) para o direito brasileiro, além de buscar fomentar a indústria nacional (Brasil, 2024).

As alterações e avanços da lei em relação à temática são muito bem-vindos. No entanto, a lei ainda trata de definições bastante iniciais sobre os jogos, mencionando as microtransações apenas como algo a ser levado em consideração ao observar a classificação etária dos jogos (Art. 3 §2º), mencionando os riscos relacionados a tais práticas (Brasil, 2024).

Tais riscos serão analisados posteriormente neste artigo, quando iniciarmos os debates sobre as práticas abusivas nos jogos eletrônicos em geral.

A Lei Nº 14.852/24 é um marco importante para o direito digital brasileiro e representa um grande avanço na direção certa em termos de regulamentação de uma área até então pouco explorada juridicamente.

3 A CONCEPÇÃO DE VULNERABILIDADE NO CÓDIGO DO CONSUMIDOR

A Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, conhecida como o Código de Defesa do Consumidor, estabelece em seu Art. 4º o objetivo primordial de proteção do consumidor e de seus interesses nas relações de consumo (Brasil, 1990).

Nesse contexto, o mesmo artigo delinea os princípios fundamentais que orientam o direito do consumidor. Dentre esses princípios, destaca-se o Inciso I, que juridicamente reconhece o estado de vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (Brasil, 1990).

A vulnerabilidade é um princípio reconhecido porque a relação de consumo é intrinsecamente desigual. Um consumidor que busca um produto ou serviço depende de um fornecedor para que essa relação se concretize. Além disso, geralmente, o fornecedor possui acesso a informações que não estão disponíveis para o consumidor e detém o poder de decisão sobre como produzir e distribuir os bens ou serviços solicitados (Nunes, 2018).

O reconhecimento da vulnerabilidade tem como objetivo primordial a proteção do princípio constitucional da isonomia, estabelecido e protegido pelo Art. 5º da Constituição Federal:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade (Brasil, 1988).

Para salvaguardar a paridade nas relações jurídicas, como é o caso das relações de consumo, naturalmente desiguais desde sua concepção, é indispensável a proteção da parte mais vulnerável, princípio também resguardado na Constituição, especificamente no Art. 5º, Inciso XXXII (Brasil, 1988).

Vale destacar brevemente que o princípio da isonomia, protegido pela Constituição Federal, não se limita apenas a tratar todos de forma igual, mas também a tratar os desiguais de maneira desigual de acordo com suas circunstâncias individuais (Nunes, p. 52, 2018).

Fica claro portanto a importância do reconhecimento da vulnerabilidade inata do consumidor, já que, de acordo com o princípio da isonomia anteriormente mencionado, a sua proteção é de importância ímpar, pois um consumidor não possui por si só as ferramentas necessárias para se defender dos fornecedores em uma relação de consumo, visto que o acesso a informações sobre produtos e a opção de como e quando produzir, são monopolizadas pelos mesmos.

De acordo com o Art. 2º do Código de Defesa do Consumidor (CDC), consumidor é "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final" (Brasil, 1990). Já o Art. 3º traz a definição de fornecedor como qualquer pessoa física ou jurídica que produza, crie, distribua ou comercialize produtos (Brasil, 1990).

Além disso, os produtos em si são caracterizados sucintamente pelo primeiro parágrafo do mesmo artigo como "qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial" (Brasil, 1990).

Há um amplo debate em torno do conceito de consumidor, especialmente devido à redação do Art. 2º do CDC. No entanto, grande parte dessa discussão surge da delimitação do CDC ao utilizar o termo "destinatário final", gerando debate sobre como essa definição se aplica àqueles que adquirem um serviço ou produto para

utilização nos meios de produção, resultando em diferentes correntes de pensamento na doutrina, como a Maximalista, a Finalista e a Mista (Norat, 2012, p. 83).

Entretanto, esse debate não se aplica diretamente à presente discussão, uma vez que os bens virtuais não se enquadram nessa característica. No entanto, alguns jogos específicos permitem que os jogadores realizem trocas de itens entre si ou até mesmo a venda desses itens por um valor monetário real. No entanto, não entraremos nessa discussão, pois essa possibilidade envolve uma possível relação comercial entre jogadores e não uma relação entre jogador e desenvolvedor, como estamos analisando nesta pesquisa.

Identificamos, portanto, que tanto os consumidores de jogos eletrônicos, os desenvolvedores e distribuidores, quanto o produto da relação se enquadram perfeitamente na definição do CDC, embora essa forma específica de relação tenha se popularizado após a existência do código.

A Lei Nº 8.078/90, em seu Art. 6º, IV, proíbe explicitamente todo tipo de prática abusiva. A abusividade, ou abuso do direito, conforme definido pelo professor Rizzato Nunes (2018), consiste em um excesso no exercício do próprio direito, a ponto de prejudicar terceiros.

Segundo Tartuce (2018), a conceituação do abuso de direito surgiu com o Código Civil em seu Art. 187, que estabelece que "também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes" (Brasil, 2002).

Portanto, é crucial compreender o que constituem as práticas abusivas de forma geral no âmbito do direito do consumidor, definidas pelo Art. 39º do CDC (Brasil, 1990). Dentre essas práticas, destacam-se as seguintes:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou 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;
II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

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;

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços (Brasil, 1990).

Portanto, entendemos a origem do conceito de abuso do direito no contexto do direito privado pelo Código Civil e a ampliação das práticas tipificadas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), com destaque para os incisos do Art. 39 mais relevantes às práticas abusivas no ambiente digital dos jogos eletrônicos, que é o tema a ser explorado no próximo tópico.

4 DAS PRÁTICAS ABUSIVAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS

O principal problema quando se trata de resguardar os direitos dos consumidores e regulamentar as práticas comerciais virtualmente é a falta de um arcabouço legal que acompanhe a evolução da internet, e portanto, é necessário o desenvolvimento de uma legislação que regule as relações comerciais no ambiente digital.

Dito isso, o próprio Código de Defesa do Consumidor pode ser utilizado na defesa dos usuários de jogos eletrônicos, ainda que as nuances de um sistema de mercado digital que trate de bens virtuais necessite de uma análise específica, muitas práticas de comércio são basicamente idênticas às executadas no mundo real.

As transações menores, como anteriormente delimitado neste estudo, têm se tornado parte integrante do mundo dos jogos, justificadamente, uma vez que as vantagens oferecidas tanto aos jogadores quanto aos desenvolvedores ao adotarem esse sistema de monetização são vastas. No entanto, como em qualquer relação de consumo, ela não ocorre sem abusos por parte dos indivíduos com maior poder na relação.

Uma prática extremamente comum é o uso de uma moeda exclusiva de cada jogo como meio intermediário para a aquisição dos itens virtuais. Um exemplo disso é o jogo de luta "*Street Fighter 6*", da empresa "*Capcom Co., Ltd.*", que foi lançado com um total de 18 personagens jogáveis. Algum tempo após o seu lançamento, 4 novos personagens foram adicionados ao jogo na forma de expansões.

Para adquirir um novo personagem, um jogador deve primeiro comprar moedas virtuais disponíveis no jogo, denominadas "*Fighter Coins*", pois um novo personagem custa 350 moedas. No entanto, o jogo não oferece a opção de adquirir apenas 350 moedas para a compra do novo personagem. É estabelecido um valor mínimo de aquisição de 610 moedas, totalizando, na presente data (31/05/2024), um valor de R\$51,00 (cinquenta e um reais).

O Art. 39, I do CDC (Brasil, 1990) define como prática abusiva o ato de "condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos." Ao adquirir 610 moedas, um jogador que apenas pretendia comprar um único personagem está sendo obrigado pelos desenvolvedores a gastar mais dinheiro do que inicialmente desejava. Além disso, o número de moedas adquiridas nesse processo é

propositalmente superior à quantidade inicialmente requisitada, mas não é suficiente para a aquisição de um segundo personagem.

Alternativamente, o jogador pode comprar um pacote com todos os personagens lançados posteriormente no jogo sem ter que pagar pelas moedas pelo valor de R\$129,00 (Cento e Vinte e Nove reais) (31/05/2024), mas o problema persiste, pois, a opção de adquirir o bem requisitado está condicionada a um limite quantitativo.

Caso o jogador opte pela compra, mesmo sendo obrigado a gastar um valor maior, as 260 moedas restantes após a transação serão constantemente discriminadas nos menus do jogo, com o objetivo de manipular os consumidores a gastar mais. Esse tipo de tática é comumente conhecido como padrão obscuro, ou "*Dark Patterns*", e é amplamente estudado na atualidade.

De acordo com Staffan Björk, Chris Lewis e José P. Zagal, em seu artigo "Padrões Obscuros No Design de Games" (2013), um padrão obscuro é definido como "Um padrão utilizado intencionalmente por um criador de jogos para causar experiências negativas para os jogadores contra o seu interesse e que ocorrem sem o seu consentimento." Ao se referir a experiências negativas, não se fala somente no sentimento instantâneo, pois tais experiências envolvem manipulações da vontade do consumidor, como obscurecer informações pertinentes a quanto um usuário precisaria gastar para alcançar o seu objetivo, englobando momentos posteriores, como o arrependimento pela realização de uma compra.

Um exemplo clássico disso são as "*Loot Boxes*". Quando compradas, elas não revelam o seu conteúdo até que estejam abertas, e normalmente dividem os seus itens em diferentes níveis de raridade. Um jogador que busca obter um item da maior raridade dificilmente tem acesso a quanto dinheiro ele precisa gastar para conseguir o item desejado, pois tal cálculo envolve variáveis que normalmente estão fora do alcance do consumidor, como as porcentagens de cada caixa conter itens. Isso cria uma situação em que um consumidor facilmente pode perder a conta de quanto dinheiro gastou.

Visto que os jogos eletrônicos também são livremente comercializados para crianças, podemos observar uma prática abusiva prevista no Art. 39, IV, que define como prática abusiva "prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços" (Brasil, 1990). Observamos que a conduta mencionada se

enquadra tanto ao se utilizar da falta de conhecimento do consumidor quanto ao envolvimento de menores, que são mais vulneráveis às táticas de manipulação e mais suscetíveis a gastarem quantidades altas de dinheiro nas microtransações.

A conduta descrita, portanto, seria um dos chamados riscos descritos no marco legal dos jogos eletrônicos em seu Art. 3, § 2º, fazendo-se necessária uma classificação etária para os jogos por parte do governo que leve em consideração o quão acessíveis são as microtransações a públicos infanto-juvenis, e em geral, para defender os usuários de possíveis manipulações de suas vontades.

Uma prática também discutida refere-se ao banimento de contas, que causa controvérsia, pois quando um jogador é banido de sua conta por violação dos termos de uso, ele permanentemente perde acesso a todos os itens adquiridos. Um jogador pode ser banido por utilização de profanidades em jogos multijogadores, por exemplo, ou por qualquer outra conduta especificada pelos termos de uso do jogo como proibida. Entretanto, de acordo com o professor Luiz Ricardo Anselmo (2016):

Qualquer jogador, tendo investido dinheiro ou não, é um consumidor. Assim, estes Termos de Uso, ou regras impostas pelas empresas, devem ser considerados um "contrato de adesão" (quem não sabe o significado pode pesquisar, não abordarei, pois foge ao tema), afinal, o consumidor, ou aceita os Termos, ou não joga, não tendo a opção de questioná-los ou adequá-los. Portanto, nem tudo que está ali é real e deve ser cumprido à risca.

O próprio CDC defende consumidores de possíveis cláusulas contratuais abusivas que possam ser instituídas por fornecedores, delimitadas pelo Art. 51, já que os termos de serviço não isentam os distribuidores de suas responsabilidades.

Além do problema já mencionado, a perda total de acesso a uma conta de jogo e a todos os itens adquiridos pode ser considerada como um comportamento manifestamente excessivo por parte das produtoras de jogos. Existem diversos outros motivos pelos quais as contas podem ser banidas em jogos, sendo o uso de linguagem inadequada ou ofensiva apenas um deles.

É necessário uma análise mais aprofundada sobre quais condutas justificariam um banimento permanente nos jogos. No caso do uso de linguagem inadequada ou ofensiva, a punição de retirar do jogador todo o seu progresso e bloquear permanentemente todos os seus investimentos é desproporcional ao ato. Esse excesso é também caracterizado pelo CDC em seu Art. 39, V, que explicitamente afirma que exigir do consumidor uma vantagem manifestamente excessiva é uma prática abusiva.

Outro exemplo comum nos jogos é o uso de lojas virtuais com rotação de inventário, onde os itens disponíveis têm um tempo limitado antes de serem substituídos por um novo conjunto. Essa prática se aproveita do sentimento conhecido como *Fear of Missing Out* (FOMO), o medo de perder algo, usando a ansiedade dos usuários devido ao limite de tempo para pressioná-los a comprar de forma impulsiva.

Por outro lado, a rotatividade nas lojas artificialmente aumenta a dificuldade de obter itens de maneira arbitrária, levando muitas empresas a aumentarem desproporcionalmente o valor desses itens. Um exemplo disso é o jogo *League Of Legends*, da *Riot Games*, que anunciou em 28/05/2024 o lançamento de uma coleção limitada de itens cosméticos com pacotes que chegam a custar aproximadamente R\$1370,00 (Mil Trezentos e Setenta reais) (Cury, 2024).

Tal pacote, inclusive seria a única forma de adquirir animações exclusivas para o personagem incluso, condicionando portanto o fornecimento dessas a compra de um pacote de valor altíssimo. Enquadrando-se portanto não somente em uma prática que solicita do consumidor uma vantagem manifestamente excessiva, como mencionado pelo Art. 39, V, devido ao seu valor exacerbado, como no Art, 39, I, ao tornar os itens indisponíveis para aqueles que não comprem o pacote completo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo estabelecer uma conexão informativa entre o vasto território do direito digital, o mercado em expansão dos jogos eletrônicos e os direitos do consumidor no Brasil, áreas frequentemente desconectadas. Compreendemos o funcionamento das relações de consumo no ambiente virtual e sua evolução, desde transações simples até sistemas sustentáveis a longo prazo.

Exploramos o estado de vulnerabilidade do consumidor, conforme definido pelo CDC, e como essa relação virtual se enquadra nesses parâmetros, mesmo surgindo após a criação do código. Embora reconheçamos que a legislação brasileira ainda carece de definições essenciais, como o conceito de bens virtuais, identificamos ferramentas no CDC que podem ser usadas de forma temporária para defender os consumidores.

O ordenamento jurídico nacional, lamentavelmente, não acompanha adequadamente a evolução do mundo digital, carecendo de dispositivos específicos para lidar com as complexas relações virtuais. No entanto, pequenos avanços estão ocorrendo, como o marco legal dos jogos, que certamente impulsionará a indústria brasileira de videogames, um mercado global multi bilionário.

Até que as barreiras entre o mundo jurídico e o virtual sejam superadas e uma legislação unificada sobre o tema seja estabelecida, os consumidores precisarão recorrer ao CDC, onde encontrarão recursos suficientes para sua defesa. A necessidade de uma legislação específica sobre bens digitais e relações virtuais é inegável, mas sua criação requer a educação dos juristas sobre o tema.

Um entendimento maior sobre o tema pode ser alcançado com a análise de legislações estrangeiras que tratam do tema, como é exemplo da legislação chinesa, que vem constantemente se adaptando ao crescimento do mercado de jogos eletrônicos, criando medidas provisórias sobre esse tão cedo quanto 2010 em sua Medida Provisória para a administração de Jogos Online nº 49 do Ministério da Cultura, podendo servir de inspiração para o desenvolvimento de uma legislação nacional sobre o tema.

Considerando a relevância atual do assunto, com projetos de lei em discussão sobre a inclusão de bens digitais na sucessão, é apenas uma questão de tempo até que o ordenamento jurídico se adapte. Assim, os objetivos desta pesquisa, que incluem examinar a história e evolução da indústria de videogames, analisar as

relações de consumo originadas pelo mercado dos jogos eletrônicos e como a perspectiva da vulnerabilidade se aplica a tais relações com o intuito de encontrar amparo jurídico para a defesa dos interesses do consumidor no ambiente virtual. foram alcançados.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Daniela. Marco Legal dos Games vai à sanção presidencial. **Agência Brasil**, 10 abr. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-04/marco-legal-dos-games-vai-sancao-presidencial>. Acesso em: 09 maio. 2024.
- ANSELMO, Luiz Ricardo. Jogos online e os banimentos impostos pelas empresas aos jogadores. **JusBrasil**, 2016. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/jogos-online-e-os-banimentos-impostos-pelas-empresas-aos-jogadores/365181808>. Acesso em: 03 mar. 2024.
- BJÖRK, Staffan; LEWIS, Chris; ZAGAL, José P. Dark Patterns in the design of games. **Dica Portal**, 2013. Disponível em: <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1043332&dswid=-2652>. Acesso em: 04 abr. 2024.
- BRASIL. Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941. **Diário Oficial da União**, Rio de Janeiro, RJ, 3 out. 1941. Disponível em: https://planalto.gov.br/Ccivil_03/Decreto-Lei/Del3688.htm
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.html. Acesso em: 02 mar. 2024.
- BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Código Civil. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 10 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 03 abr. 2024.
- BRASIL. Lei nº 14.852, de 3 de maio de 2024. Cria o marco legal para a indústria de jogos eletrônicos; e altera as Leis nºs 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 9.279, de 14 de maio de 1996. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 3 maio. 2024. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/L14852.htm. Acesso em: 29 maio. 2024.
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 11 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 02 abr. 2024.
- CASTRO, Cristiano Medeiros de; LONGHI, João Victor Rozzati. O Direito do Consumidor no comércio eletrônico dos jogos “MMORPG” e jogos sociais (Freemiums). **Publica Direito**, 2022. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=6b3829244a3cb6ef>. Acesso em: 09 abr. 2024.

CHOI, Soon-Yong, STAHL, Dale, WHINSTON, Andrew. **The economics of electronic commerce**. Indianápolis: McMillan Technical Publishing, 1997.

CURY, Maria Eduarda LoL: skin mais cara de coleção de Faker custa mais de R\$1.300; Riot detalha itens do evento Hall of Legends. **IGN Brasil**, 28 maio. 2024. Disponível em: <https://br.ign.com/league-of-legends/124499/news/lol-skin-mais-cara-de-colecao-de-faker-custa-mais-de-r-1300-riot-detalha-itens-do-evento-hall-of-leg>. Acesso em: 09 maio. 2024.

FERREIRA, Cinthia Fernandes; LANA, Henrique Avelino A herança digital e o direito sucessório: nuances da destinação patrimonial digital. **Portal IBDFAM**, 02 jun. 2023. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/artigos/1989/A+heran%C3%A7a+digital+e+o+direito+sucess%C3%B3rio%3A+nuances+da+destina%C3%A7%C3%A3o+patrimonial+digital>. Acesso em: 04 maio. 2024.

HOSKEN, Camila. Herança digital no inventário. **Portal Migalhas**, 05 nov. 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/396378/heranca-digital-no-inventario>. Acesso em: 04 maio. 2024.

INDÚSTRIA de jogos é mais rentável do que as de cinema e música juntas; veja comparação. **Folha de São Paulo**, 22 jun. 2020. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/nerdices/2020/06/industria-de-jogos-e-mais-rentavel-do-que-as-de-cinema-e-musica-juntas-veja-comparacao.shtml#:~:text=%22A%20ind%C3%BAstria%20de%20jogos%20%C3%A9,%2C%20atr%C3%A1s%20apenas%20da%20televis%C3%A3o>. Acesso em: 04 maio. 2024.

MAINLEAF. **Desenvolvimento de jogos: qual o custo de criar um jogo?** 2022. Disponível em: <https://mainleaf.com/pt/qual-o-custo-de-criar-um-jogo/>. Acesso em: 09 abr. 2024.

NORAT, Markus Samuel Leite. O conceito de consumidor no direito: uma comparação entre as teorias finalista, maximalista e mista. **Revista Jurídica Cognitio Juris**, a. II, n. 4, abr./2012. Disponível em: <https://cognitiojuris.com.br/o-conceito-de-consumidor-no-direito-uma-comparacao-entre-as-teorias-finalista-maximalista-e-mista/>. Acesso em: 09 abr. 2024.

NUNES, Rizzato **Curso de Direito do Consumidor**. 12 ed. São Paulo: Editora Saraiva Educação, 2018.

O QUE é DLC? Veja a história dos conteúdos extras para jogos. **TechTudo**, 16 jan. 2014. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2014/01/o-que-e-dlc-veja-a-historia-dos-conteudos-extras-para-jogos.ghtml>. Acesso em: 20 nov. 2023.

PWC. **Indústria brasileira de entretenimento e mídia deve fechar 2022 com receita de US\$ 33 bilhões**. 2022. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-imprensa/release/Industria-brasileira-de-entretenimento-e-midia-deve-fechar-2022-com-receita-de-US33-bilhoes.html> Acesso em: 23 maio. 2024.

RAESSENS, Joost; GOLDSTEIN Jeffrey. **Handbook of Computer Game Studies**. [s.l.]: [s.ed.], 2005.

SILVA, Carlos. O que são as microtransações dentro dos jogos digitais? **GoGamers**, 2021. Disponível em: <https://gogamers.gg/gamepedia/oque-sao-microtransacoes/> Acesso em: 02 jun. 2024.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual. Volume Único. Rio de Janeiro: Editora Método, 2018.

VINHA, Felipe. O que são loot boxes? Entenda a polêmica dos games. **TechTudo**, 30 nov. 2017. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/11/o-que-sao-loot-boxes-entenda-a-polemica-dos-games.ghtml>. Acesso em: 24 mar. 2024.

AntiPlagiarist 2.1. Copyright(C) 2006-2010 ACNP Software.
UNREGISTERED TRIAL VERSION. For evaluation only.

Examined 3 files in 1 folder. 0 files excluded.
3 line(s)/paragraph(s) processed in 3 files.
Found 3 similar fragments. Time spent 0 seconds.
Base directory [D:\wt0\](#).

**Fragment 0001, occurrence 1, 393 matching characters, 1 line(s)/paragraph(s), from Page 1
Line 4**

Data set #1, file offset 17 (hex 11), file: [D:\wt0\p2.doc](#)

Of the forms of cheating (including plagiarism, inventing data and cheating during an exam), students admit to plagiarism more than any other. 25% to 90% of students admit to plagiarism. However, this figure decreases considerably when students are asked about the frequency of "serious" plagiarism (such as copying most of an assignment, or purchasing a complete paper from a website 20% and 10%). Recent use of specialist detection software (see below) has given a more accurate picture of

**Fragment 0001, occurrence 2, 393 matching characters, 1 line(s)/paragraph(s), from Page 2
Line 37**

Data set #1, file offset 3581 (hex dfd), file: [D:\wt0\p1.doc](#)

Of the forms of cheating (including plagiarism, inventing data and cheating during an exam), students admit to plagiarism more than any other. 25% to 90% of students admit to plagiarism. However, this figure decreases considerably when students are asked about the frequency of "serious" plagiarism (such as copying most of an assignment, or purchasing a complete paper from a website 20% and 10%). Recent use of specialist detection software (see below) has given a more accurate picture of

**Fragment 0001, occurrence 3, 393 matching characters, 1 line(s)/paragraph(s), from Page 1
Line 1**

Data set #1, file offset 0 (hex 0), file: [D:\wt0\p3.doc](#)

Of the forms of cheating (including plagiarism, inventing data and cheating during an exam), students admit to plagiarism more than any other. 25% to 90% of students admit to plagiarism. However, this figure decreases considerably when students are asked about the frequency of "serious" plagiarism (such as copying most of an assignment, or purchasing a complete paper from a website 20% and 10%). Recent use of specialist detection software (see below) has given a more accurate picture of

Done