



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS – CCJ
COORDENAÇÃO DO CURSO DE DIREITO – CAMPUS JOÃO PESSOA
COORDENAÇÃO DE MONOGRAFIA**

JOSE GOMES DA SILVA JUNIOR

**CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PRESENÇA DE CAIXA DE RECOMPENSAS EM
JOGOS ELETRÔNICOS NO BRASIL**

**JOÃO PESSOA
2022**

JOSE GOMES DA SILVA JUNIOR

**CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PRESENÇA DE CAIXA DE RECOMPENSAS EM
JOGOS ELETRÔNICOS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Direito de João Pessoa do Centro de
Ciências Jurídicas da Universidade
Federal da Paraíba como requisito parcial
da obtenção do grau de Bacharel em
Direito.

Orientador: Me. Adaumirton Dias
Lourenço

**JOÃO PESSOA
2022**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

J95c Junior, Jose Gomes da Silva.
Considerações acerca da presença de caixa de
recompensas em jogos eletrônicos no brasil / Jose Gomes
da Silva Junior. - João Pessoa, 2022.
56 f.

Orientação: Adaumirton Lourenço.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCJ.

1. caixa de recompensas. 2. microtransação. 3.
direitos do consumidor nos jogos eletrônicos. 4. jogo
de azar. I. Lourenço, Adaumirton. II. Título.

UFPB/CCJ

CDU 34

JOSE GOMES DA SILVA JUNIOR

**CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PRESENÇA DE CAIXA DE RECOMPENSAS EM
JOGOS ELETRÔNICOS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Direito de João Pessoa do Centro de
Ciências Jurídicas da Universidade
Federal da Paraíba como requisito parcial
da obtenção do grau de Bacharel em
Direito.

Orientador: Me. Adaumirton Dias
Lourenço

DATA DA APROVAÇÃO:

BANCA EXAMINADORA:

**Prof. Me. Adaumirton Dias Lourenço
(ORIENTADOR)**

**Prof.^a Dr.^a Maria Goretti Dal Bosco
(AVALIADOR)**

**Prof.^a Me. Adriana de Abreu Mascarenhas
(AVALIADOR)**

RESUMO

A caixa de recompensas, popularmente conhecida como "*loot box*", vem aparecendo cada vez mais nos noticiários, seja pela quantidade absurda que os desenvolvedores de jogos eletrônicos arrecadam com essa prática, seja pelas críticas por parte dos jogadores e crítica especializada, que afirmam que se trata de um jogo de azar. Depois do polêmico lançamento do jogo *Star Wars Battlefront II* (2017), foi constatado o abuso do sistema e, partir desse caso, foram feitos vários estudos-científicos na área da psicologia, no qual percebeu-se que as caixas de recompensas exploram os mesmos mecanismos dos jogos de azar, iniciando a partir deste instante, uma corrida entre os governos para regular a caixa de recompensas ou caracterizá-la como jogo de azar. Por este motivo, serão analisadas as repercussões jurídicas do ordenamento brasileiro. A metodologia utilizada é o objetivo descritivo, que utiliza o método dedutivo e que emprega a revisão bibliográfica e análise de documentos com abordagem qualitativa como técnica de coleta de dados. Como a relação entre jogador e desenvolvedor/publisher é de caráter consumerista, foram analisadas as possíveis ofensas aos direitos básicos do consumidor, disciplinadas no art. 6º do CDC, no qual foi constatada as ofensas aos incisos I, III e IV. Ao analisar o Estatuto da Criança e do Adolescente, foi possível constatar que este não possui efetividade de forma imediata, pois a característica do jogo de azar nas caixas de recompensas precisaria ser reconhecida para que houvesse a aplicação do art. 80 do ECA. Por fim, foi possível caracterizar a caixa de recompensas como jogo de azar, conforme o decreto lei 3.688/41 (Lei de Contravenções Penais), art. 50, §3º.

Palavras-chave: Caixa de recompensas. Microtransação. Direitos do consumidor nos jogos eletrônicos. Jogo de azar.

ABSTRACT

The Rewards Boxes, better-known as "loot box", come showing up often on the news, either because of the amount of money that game developers make with this practice, or because of gamer's criticism, who say this would be gambling. After the infamous release of Star Wars Battlefront II (2017), this practice it's been stated that this system was exploited and, from that case, several scientific studies in the area of psychology were made, which it's been established that Loot Boxes exploit the same mechanisms as the practice of gambling, starting from this instance, a race between governments to regulate Loot Boxes or to categorize it as gambling. For this reason, the legal repercussions of the Brazilian legal system will be analyzed. The methodology used in this monograph is the descriptive research, which uses bibliographic review and document analysis with a qualitative approach as a data collection technique. As the relationship between player and developer/publisher has a consumerist character, possible offenses to the consumers basic rights were analyzed, described at art. 6º of CDC, which had been stated as offenses on subparagraph I, III and IV. Analyzing the Children and Adolescent Statute, it was possible to establish that this document does not have the desired effectiveness because the gambling characteristic in Loot Boxes would need to be recognized for the application of art. 80 of ECA. Lastly, it was possible to categorize the Loot box as gambling, according to the decree law 3.688/41 (Criminal Misdemeanors Act), art. 50, §3º.

Key-words: Loot Box. Microtransaction. Consumer Rights in Electronic Games. Gambling.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 A CAIXA DE RECOMPENSAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS	9
2.1 ASPECTOS RELEVANTES DOS JOGOS ELETRÔNICOS	9
2.2 CARACTERIZAÇÃO DA CAIXA DE RECOMPENSAS	16
2.3 SEMELHANÇAS ENTRE O JOGO ELETRÔNICO COM CAIXA DE RECOMPENSAS E O JOGO DE AZAR: PERSPECTIVA PSICOLÓGICA	18
3 A POLÊMICA EXISTÊNCIA DA CAIXA DE RECOMPENSAS EM JOGOS ELETRÔNICOS	23
3.1 CRÍTICAS À CAIXA DE RECOMPENSAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS	25
3.2 A POSIÇÃO DAS EMPRESAS DE JOGOS ELETRÔNICOS	27
3.3 REAÇÕES DOS GOVERNOS DA BÉLGICA E DA CHINA AO USO DA CAIXA DE RECOMPENSAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS	30
4 A CAIXA DE RECOMPENSAS À LUZ DO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO	40
4.1 OFENSAS ÀS NORMAS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR	40
4.2 VIOLAÇÕES AO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE	43
4.3 IMPLICAÇÕES DE ORDEM PENAL	46
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47

1 INTRODUÇÃO

Com o passar do tempo, a indústria dos jogos eletrônicos passou por diversas mudanças, o que influenciou na forma de monetização dos jogos eletrônicos. Os desenvolvedores perceberam que vender ou distribuir de forma gratuita, com o retorno financeiro veiculado na exibição de anúncios dentro do jogo, não são as únicas opções para retorno financeiro.

Uma dessas novas opções de monetização dos jogos eletrônicos e objeto central deste trabalho, é a famigerada “*loot box*”. Em português, “caixas de recompensa”, essa prática se trata de criar um item consumível *in game* que pode ser resgatado para receber um item aleatório dentro de uma seleção, muitas vezes pré-determinada, de itens *in game*. Em si, não existe um método claro sobre como adquirir a caixa de recompensas, pois, como é uma prática bastante odiada entre os jogadores, os desenvolvedores buscam formas de mascarar a sua presença.

O ápice da tolerância dos jogadores estourou em 2017 (PETRÓ, 2017), quando houve o lançamento do jogo *Star Wars Battlefront II*, desenvolvido pelo estúdio *DICE* e publicado pelo estúdio da *EA (Electronic Arts)*. O jogo por si só é ótimo, com a crítica especializada apontando-o como sendo um jogo maior e versátil que o primeiro título da série, tanto pela estreia da campanha *singleplayer*, quanto pelos múltiplos modos *on-line*. Mas o jogo só não teve o sucesso esperado por ter escancarado seu sistema abusivo de caixas de recompensas, o que causou revolta em sua comunidade de jogadores.

O jogo custava R\$ 230 (duzentos e trinta reais) e para poder jogar com algum personagem em específico, o jogador precisaria comprar uma caixa de recompensas ou passar 40 horas *in game* para, assim, poder juntar os cartões¹ para tentar desbloquear o personagem desejado. De acordo com o site *Star Wars: Gaming*² (PETRÓ. 2017), para desbloquear tudo dentro do game, você precisaria de 4528 horas ou pagar \$2100 (dois mil e cem dólares). A repercussão foi tão negativa que a EA sentiu-se obrigada a desativar o sistema de caixa de recompensas.

Tal episódio motivou a criação de grupos e fóruns científicos e da própria comunidade de jogadores para discutir sobre a nocividade no aspecto psicológico da

¹ Representação das caixas de recompensas dentro do jogo.

² Um site especializado no universo do Star Wars.

caixa de recompensas, ao qual se assemelha bastante ao jogo de azar. Desde 2017, no entanto, a caixa de recompensas não deixou as manchetes nos sites de notícias. Até os dias atuais, não é tão incomum encontrar notícias como uma reportagem do *BBC NEWS* (KLEINMAN. 2019) que expôs um caso em que quatro crianças, com menos de 10 anos de idade, gastaram quase 550 libras (na época equivale R\$ 2.6 mil) no jogo *FIFA 19*, que tinha como classificação indicativa “a partir dos três anos de idade”. O jogo custou 40 libras (na época equivale R\$190), mas a única maneira de obter o time ou um jogador favorito era por meio das caixas de recompensas, e mesmo tendo gastado 550 libras, eles não conseguiram ganhar o jogador favorito deles, Lionel Messi.

Como consequência dos estudos científicos que discutem a semelhança da caixa de recompensa com jogo de azar, a gravidade e a repercussão do fato de que crianças e adolescentes estavam a mercê dessa prática possivelmente nociva forçou os governos a se mobilizarem para discutir de forma célere, porque percebeu-se que a maioria dos jogos eletrônicos com caixas de recompensas tinha como classificação indicativa “Livre” ou restrição de idade até 16 anos, como *Star Wars Battlefront II*, que estava classificado como “não recomendado para menores de 12 anos”, ou seja, adolescentes ainda estariam expostos a esta prática.

Desse modo, o objetivo deste trabalho é analisar as repercussões do Código de Defesa do Consumidor, do Estatuto da Criança e Adolescente (ECA) e da Lei de contravenções penais. Destrinchando o objetivo geral, o presente trabalho busca identificar as ofensas aos direitos básicos do consumidor, conforme art. 6º do CDC.

Analisar se o ECA apresenta dispositivos capazes de proibir a venda de caixas de recompensas para menores de dezoito anos. Por fim, julgar se as caixas de recompensas, de acordo com a lei das contravenções penais, é classificada como jogo de azar.

A metodologia de pesquisa utilizada é o descritivo, que utiliza o método dedutivo e que emprega, como técnica de coleta de dados, a revisão bibliográfica e análise de documentos com abordagem qualitativa. Neste sentido, o trabalho está organizado em três capítulos para facilitar a compreensão do leitor.

O primeiro capítulo apresenta a evolução dos jogos eletrônicos e suas formas de monetização. Busca apresentar as características das caixas de recompensas aos quais, devido sua má reputação, os desenvolvedores tentam

esconder. Além de trazer estudos-científicos da área de psicologia que apresentam a discussão sobre as semelhanças entre as caixas de recompensas e o jogo de azar.

O segundo capítulo apresenta as repercussões dos autores envolvidos, que são os consumidores, empresas e governos. Inclusive, ao final do capítulo, será apresentado como a questão das caixas de recompensas foi tratada na Bélgica e na China.

E por fim no quarto capítulo, diante do exposto anteriormente, será apresentado as repercussões do direito brasileiro. Serão expostos as repercussões do Código de Defesa do Consumidor, do Estatuto da Criança e do Adolescente e da Lei de contravenções penais.

2 A CAIXA DE RECOMPENSAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS

Ao longo do tempo, a indústria dos jogos eletrônicos passou por diversas mudanças que atingiram a forma de monetização dos jogos eletrônicos. Os desenvolvedores perceberam que vender ou distribuir de forma gratuita, com o retorno financeiro vinculado à exibição de anúncios dentro do jogo, não são as únicas opções de rentabilizar o jogo eletrônico.

Nesse sentido, a indústria desenvolveu diversas formas de monetização, algumas até benéficas para a manutenção e continuidade de determinado jogo eletrônico, outras um tanto maléficas do ponto de vista do consumidor, mas o objeto central deste trabalho será a caixa de recompensas, que se encontra no grupo das microtransações.

Atualmente, a caixa de recompensas por si só já é uma grande fonte de renda para as desenvolvedoras e publicadoras, a *Electronic Arts*, por exemplo, faturou mais de US \$1.62 bilhões em 2020 (GAMEON, 2021) com seu jogo *FIFA*. Contudo, há diversas questões de ordem ética, moral e jurídica envolvendo as caixas de recompensas. Neste capítulo, será trabalhado como se desenvolveu a indústria bilionária dos jogos eletrônicos, o que é caixa de recompensas e as suas semelhanças com o jogo de azar.

2.1 ASPECTOS RELEVANTES DOS JOGOS ELETRÔNICOS

Os jogos eletrônicos possuem diversas particularidades atualmente, sendo necessário, portanto, um capítulo específico para abordar esses aspectos. Deste modo, conforme *Schuyttema* (*apud* LUCCHESE e RIBEIRO, 2009, p. 8), o jogo eletrônico é: “uma atividade lúdica formada por ações e decisões, aos quais são limitadas por um conjunto de regras, que no contexto dos jogos eletrônicos são regidos por um programa de computador”. Atualmente, no entanto, esse conceito deve ser expandido para reconhecer as diversas plataformas além do computador, como *console*, *arcade*, *smartphone*, aos quais são instrumentos para a interação entre jogador e o jogo eletrônico. Explicado o conceito, vamos entender como se desenvolveu a indústria dos jogos eletrônicos nos últimos anos.

Em 2019, essa indústria movimentou mais de 120 bilhões de dólares, dentre as plataformas de jogos eletrônicos, o *smartphone* foi responsável pela

arrecadação de 64,4 bilhões de dólares (LARA, 2020). No Brasil, é fácil constatar a preponderância do *smartphone* sobre as demais plataformas, como console e computador, porque estas plataformas são um pouco proibitivas, seja pelo conhecimento técnico ou por seu elevado custo para servir apenas como lazer.

Vale ressaltar que a indústria dos jogos eletrônicos já ultrapassou a indústria do cinema. Em 2018, esta indústria alcançou o marco de 41,6 bilhões de dólares, enquanto a indústria dos jogos eletrônicos, no mesmo período, alcançou os 134 bilhões de dólares (LARA, 2020).

Para buscar entender como chegou-se à inclusão das caixas de recompensas nos jogos eletrônicos, devemos buscar como a indústria dos jogos eletrônicos se desenvolveu ao ponto de ultrapassar os grandes *players* da indústria do cinema, para isso, faz-se necessário a análise histórica dos jogos eletrônicos sob a perspectiva das formas de monetização.

O primeiro jogo eletrônico foi um jogo de tênis produzido pelo físico *Willy Higinbotham* em 1958, seu objetivo era atrair a atenção do público que visitava o *Brookhaven National Laboratories*, então Willy não lucrou nada com seu invento. (REIS, 2005, p. 44). Vale ressaltar que este jogo eletrônico foi produzido antes da criação da internet em 1969.

No ano de 1972, Nolan Bushnell e seu amigo Ted Dabney fundaram uma empresa para desenvolver jogos eletrônicos, empresa essa, chamada *Atari*. No mesmo ano, a *Atari* lançou seu primeiro jogo chamado *Pong*, conquistando um grande sucesso. Em 1974, foi criado um sistema caseiro chamado “*Home Pong*”, o console só possuía um jogo. (REIS, 2005, p. 49). A forma de monetização do jogo dava-se pela venda do aparelho.

Em 1976, foi lançado o primeiro console programável da história: o *Zircon/Fairchild Channel F*, com ele, o usuário podia trocar os jogos que eram armazenados em cartuchos. A ideia era que o usuário compraria o console e jogos separadamente, uma vez que até aquela época, a prática da indústria era que o preço dos jogos estaria embutido na venda do console. Dessa forma, o usuário economiza na compra do console e gastaria mais nos jogos (REIS, 2005, p. 50). Tal pensamento perdura até hoje.

Em 1985, a *Nintendo* introduziu o console *Nintendo Entertainment System* (*NES*) no mercado americano. Esse ano de lançamento é muito importante, pois pela primeira vez na indústria do entretenimento, uma empresa fez o uso pesado do

marketing, para que assim, seu produto se tornasse um dos consoles mais bem sucedidos da história (REIS, 2005, p. 61). Atualmente, os grandes estúdios fazem o uso pesado do marketing para aumentar o *hype*. Um grande exemplo que podemos citar é a campanha de marketing do jogo eletrônico *Cyberpunk 2077*, o qual o CEO *Projekt RED*, Adam Kicinski (*apud* SALGADO, 2018), afirmou:

A campanha será certamente mais cara quando comparada com *Witcher 3*, mas ainda é muito cedo para discutir os detalhes... **Quanto mais nos aproximamos do lançamento do jogo**, as nossas expectativas tornar-se-ão mais precisas e depois saberemos quanto **pretendemos gastar na promoção do jogo**; este é o modelo padrão do negócio.

Esta ação deu tão certo, que o *Cyberpunk 2077* vendeu mais de 13,7 milhões de cópias em 2020 (KAIQUE, 2021), mesmo com o jogo apresentando diversos *bugs* que o torna quase injogável em algumas plataformas, como *Playstation 4*, *Xbox One* e computador. O jogo, inclusive, foi retirado da loja oficial do *Playstation 4*.

No ano de 1986, a *Sega* lançou, pela primeira vez nos Estados Unidos, o *Master System*, um console moderno com gráficos e sons de altíssima qualidade. O objetivo da *Sega* era enfrentar o console da *Nintendo*, porém mesmo possuindo um console bastante superior, não conseguiu alcançar êxito. A *Nintendo* possuía contrato de exclusividade com grandes desenvolvedoras de jogos eletrônicos, enquanto os títulos do console da *Sega* não possuíam tanta qualidade (REIS, 2005, p. 64).

A prática de exclusividade dos jogos eletrônicos perdura até hoje, sendo esse um dos grandes combustíveis para a conhecida “guerra” dos consoles, que ocorre entre o *Xbox* e o *PlayStation*. Mesmo que o usuário tenha que comprar o jogo além do console, esta prática força a escolha do console de acordo com seu interesse no catálogo de jogos eletrônicos exclusivos. Recentemente no computador, as plataformas de vendas de jogos eletrônicos online vêm adotando esta prática, dessa vez, a *Epic Games* usa seu *launcher* para travar uma ‘guerra’ contra a *Steam* pela hegemonia no cenário de venda online de jogos eletrônicos.

Em 2000, a *Sony* lança o *Playstation 2*, pela primeira vez os jogos poderiam ser jogados *on-line*, uma vez que o console podia acessar a internet (REIS, 2005, p. 90). Esse avanço é bastante importante para entendermos como a indústria dos jogos eletrônicos conseguiu criar novas formas de monetização além

da venda direta do jogo, como as microtransações, gênero do qual a caixa de recompensas é espécie.

A partir do século XXI, a indústria dos jogos eletrônicos percebeu que a conexão à internet não servia apenas para criar o multiplayer *online*. Com o passar do tempo, foram surgindo diversas formas de monetizar o jogo eletrônico, atualmente, esse movimento se consolidou e foi criado o conceito de jogo eletrônico como serviço.

O jogo eletrônico como serviço, de acordo com a *Gaming Regulator's European Forum*³ (2019, p. 6), é a prática de criar conteúdo dentro do jogo com objetivo de geração de receita contínua por meio da venda de *Downloadable Content* (DLC)⁴, passe de temporada, microtransação e caixas de recompensas. A prática do jogo eletrônico como serviço era bastante utilizada para rentabilizar os jogos *free-to-play*⁵, e os usuários destes jogos até que aceitam bem essa forma de monetização (GREF, 2019, p. 6), mas nos últimos anos, os grandes estúdios de jogos eletrônicos, que lucram com a venda do jogo, perceberam que poderiam adotar essa prática para aumentar ainda mais os seus ganhos.

Deve-se ressaltar que o jogo eletrônico como serviço adota diversas modalidades para rentabilizar o jogo, ou seja, um jogo pode ter a presença de microtransações e ainda assim vender conteúdo adicional. De qualquer modo, faz-se necessário abordar essas modalidades que rentabilizam o jogo.

Primeiramente, deve-se tratar sobre a venda de conteúdo adicional, a famigerada *DLC*, que consiste em conteúdos extras para o *jogo base*, o qual perpassa novos itens, até mesmo novas fases completas (OLIVEIRA, 2018). O papel que a *DLC* desempenha nos jogos eletrônicos é interessante, pois além de prolongar a 'vida útil' do jogo, acrescentando conteúdos que enriquecem a jogabilidade, como, por exemplo, o acréscimo de novas mecânicas no jogo, itens e novas fases ou *spin-off*⁶ da história do jogo base (TAKAHARA, 2020, p. 27).

Um bom exemplo de jogo eletrônico que faz a utilização da *DLC* é *Horizon Zero Dawn*.

³ Fórum Europeu de Regulamentação de Apostas. Sigla em inglês: GREF.

⁴ Conteúdo adicional.

⁵ Gratuito para jogar.

⁶ Spin-off: história derivada.

Figura 1 - Horizon Zero Dawn - Jogo Base



Fonte: HAAN. Wikipedia.(2017)

Figura 2 - The Frozen Wilds - DLC



Fonte: Playstation.(2017)

No jogo base, *Horizon Zero Dawn*, a história se passa num mundo invadido por máquinas. A protagonista *Aloy* é uma caçadora que ‘nasceu da montanha’ e que decide desvendar seu passado e o mistério desse mundo. A *DLC* chamada *Frozen Wilds* acrescenta uma nova região ao jogo principal chamada de *The Cut*, nessa região a *Aloy* conhece a tribo *Banuk*, qual não existia no jogo base, e descobre algumas coisas sobre *Sylens*, um personagem do jogo base que *Aloy* não sabia se era confiável e que desempenha um grande papel nesse jogo.

A *DLC* praticamente adiciona uma “segunda temporada” da história do *Horizon Zero Dawn*. Mas nem sempre isso acontece, existe jogos eletrônicos que abusam desse sistema, como *The Sims 4*, um jogo de simulação de vida que tem como preço base R\$ 159,00, contudo, para que o usuário aproveite tudo de que o jogo tem a oferecer, o mesmo deverá obter 42 expansões que juntas totalizam o valor de R\$3.119,90 (CASTRO, 2020, p. 9).

Outra modalidade para rentabilizar o jogo eletrônico como serviço é a famosa e polêmica microtransação. Geralmente, se cobra por elementos que estão presentes no jogo, a polêmica fica por conta do abuso desse sistema, onde os estúdios dos jogos eletrônicos criam mecanismos que incentivam a compra, como aumentar a dificuldade do jogo de forma demasiada, para logo depois vender facilidades ou, de acordo com Oliveira (2018), facilitar a vida daqueles dispostos a pagar mais em detrimento da habilidade nos jogos *on-line* tornando o jogo *pay-to-win*⁷.

⁷ Pague para ganhar.

Os itens disponíveis nas microtransações podem ser divididos em duas categorias, conforme Takahara (2020, p. 18), as que fornecem itens funcionais e as que fornecem itens cosméticos.

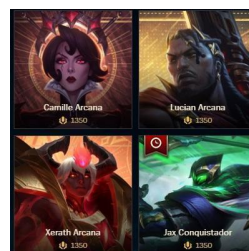
Os itens cosméticos são objetos virtuais que não interferem nas mecânicas do jogo, ou seja, não dão vantagem ao usuário que adquiriu o item, apenas fornecem mudanças estéticas como *skin*⁸, acessórios, emojis, animações de personagens e armas, entre outros (TAKAHARA, 2020, p. 19). Deve-se ressaltar que as microtransações são bastantes comuns nos jogos *free-to-play*, como *Valorant*, o qual vende *skin* de armas, animações entre outros itens cosméticos, e *League of Legends* (LOL), que vende *skin* de personagem, emote, ícone entre outros itens cosméticos.

Figura 3 - *Skin* de arma - Valorant



Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 4 - *Skin* de personagens - LOL



Fonte: Elaborado pelo autor.

Quanto aos itens funcionais, interferem nas mecânicas do jogo, ou seja, dão vantagem ao usuário que adquiriu o item, seja através de *skill*⁹ especial, arma com melhorias, *boost*¹⁰ de *xp*¹¹ para diminuir o tempo de evolução do personagem, entre outros (TAKAHARA, 2020, p. 20). Podemos citar o jogo eletrônico *Point Blank* (PB).

⁸ Skins: kit de vestimentas completa, disponíveis tanto para personagens quanto para armas.

⁹ Habilidade.

¹⁰ Acelerador.

¹¹ experiência.

Figura 5 - Armas pagas com diferentes tipos de vantagem - PB



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

O passe de temporada é usado para vender *kits* de complementos do jogo durante um período de tempo (TAKAHARA, 2020, p. 29). O passe de temporada foi modificado ao longo do tempo, atualmente é necessário que o usuário, ao adquirir o passe de temporada, jogue continuamente para cumprir os objetivos para, somente assim, poder receber todos os complementos do passe de temporada.

Figura 3 - Passe de temporada (PAGA)¹² - Valorant



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

¹² Descrição da imagem: O passe de temporada, na moeda do jogo, custa 1.000 VP, o equivalente à recarga de R\$ 30,00. Como dá para perceber, o passe tem 30 dias de duração, tem os níveis de 1 a 10 e termina no Epílogo e um dos itens que será ganho na imagem, precisa de 1.780 de experiência. Contudo, mesmo adquirindo o passe de temporada não há garantia de que receberá todos itens possíveis do passe, apenas o que usuário conseguir desbloquear neste período, inclusive nada impede, faltando apenas um dia para terminar o passe, o usuário adquiri-lo.

Por fim, tem a polêmica caixa de recompensas. A caixa de recompensas é um item consumível que gera itens aleatórios quando o usuário o “abre”, a única informação que o usuário tem ciência, ao adquirir a caixa de recompensas, são os possíveis itens que podem ser gerados, conforme expomos no próximo tópico.

2.2 CARACTERIZAÇÃO DA CAIXA DE RECOMPENSAS

A caixa de recompensas, conhecida como *loot box*, é um item que o usuário, ao consumir, terá a chance de ganhar algum objeto do jogo dentro de uma lista pré-estabelecida (TAKAHARA, 2020, p. 25). Alguns jogos criam *tiers*¹³ para diferenciar um conjunto de itens que tem alta taxa de ser gerado e outros *tiers* com uma baixa chance de serem gerados (TAKAHARA, 2020, p. 25). Mas nem todos os jogos eletrônicos informam essa probabilidade, deixando o usuário às cegas.

Em síntese, para ser caracterizado como uma caixa de recompensas, é necessário a presença de probabilidade, então o usuário não sabe o que vai ganhar, apenas tem a certeza de que vai ganhar algo, seja um item que possui um custo menor ou maior do que a caixa de recompensas. Contudo, um estudo publicado no jornal acadêmico *Computers in Human Behavior*¹⁴, realizado por Zendle, David Isaac, Cairns e Paul Antony (2020), apontou que existe uma grande variedade de caixas de recompensas com diversas particularidades, no estudo foi detalhado que há sete características relevantes das caixas de recompensas.

A primeira característica a ser observada é se a caixa de recompensas é gratuita ou paga (Zendle *et al*, 2020). Os usuários, em alguns jogos, ganham a caixa de recompensas por ter concluído um objetivo dentro do jogo. Vale ressaltar que nessa diferença, não estamos tratando apenas a forma de receber a caixa de recompensas, mas aqui está compreendido se o ato de abri-la seria pago, como através da compra de uma chave, ou não. Há jogos que adotam os dois tipos de caixa de recompensas, a gratuita e a paga.

A segunda característica das caixas de recompensas é a capacidade de ganhar dinheiro real pelo item gerado (Zendle *et al*, 2020). Em suma, as caixas de

¹³ *Tiers*, em português, camadas. Os desenvolvedores usam o mecanismo de camadas para diferenciarem um conjunto de itens com a mesma probabilidade. Geralmente os *Tiers* são divididos em comum, médio e raro mas nada impede que haja uma subdivisão desses *tiers*;

¹⁴ Comportamento Humano em Computadores é um jornal acadêmico dedicado a examinar o uso de computadores de uma perspectiva psicológica.

recompensas não dão a possibilidade de ganhar dinheiro diretamente. Por outro lado, há jogos eletrônicos em que os itens não estão vinculados à conta, o que possibilita a venda do item via leilão online pelo *launcher*, que por sua vez, torna possível o ganho direto de dinheiro. Mas a maioria das caixas de recompensas não apresenta tal característica, quase sempre os itens ganhos ficam vinculados à conta do usuário, forçando este a vender a conta com todos os itens se quiser ganhar dinheiro.

A terceira característica trata sobre caixas de recompensas que geram apenas itens funcionais, ou seja, itens que oferecem vantagens ao usuário. Entretanto, há caixas que os itens possíveis de ganhar são apenas cosméticos, ainda existindo caixas de recompensas que contemplam a chance de ganhar um item desses dois tipos.

A quarta característica diz respeito ao tipo de moeda para adquirir a caixa de recompensas, que pode ser em dinheiro ou uma moeda do próprio jogo. Essa moeda pode ser comprada com dinheiro ou ganho pelos usuários dentro do jogo. A maioria dos jogos adota uma moeda própria que terá de ser adquirida por dinheiro para efetuar as microtransações, aqui compreendidas como compra de caixa de recompensa. Há jogos que se utilizam de duas moedas, uma que o usuário ganha dentro do jogo, que pode adquirir alguns itens utilizando-se esta moeda gratuita e outra moeda que o usuário terá que adquirir para comprar itens *premium* e caixas de recompensas.

A quinta característica trata sobre a mecânica de abertura da caixa de recompensas, se ela é direta ou precisa de uma chave para abrir. Geralmente, os jogos que empregam essa mecânica distribuem caixas de recompensas aos usuários que tenham concluído algum objetivo, mas a compra de uma chave será necessária se o jogador quiser abrir a caixa.

A sexta característica trata sobre como é exibido visualmente o processo de abertura da caixa de recompensas, há caixas que mostram o item no momento da abertura, mas também há outras caixas que mostram os quase acidentes. Geralmente os recursos visuais se assemelham bastante como um caça níqueis e roleta de prêmios. Essa característica implica que a abertura da caixa exiba os itens, muitas vezes, raros que o usuário poderia ter ganho, mas que por muito pouco não conseguiu, causando no usuário a vontade de tentar “só mais uma vez”.

A sétima característica trata sobre a presença de itens exclusivos nas caixas de recompensas. Os itens exclusivos podem ser tanto ornamentais quanto funcionais, afinal, a exclusividade está no item, que só pode ser ganho na caixa de recompensas. Vale ressaltar que há caixas de recompensas com itens que podem ser obtidas de outras maneiras no jogo.

É importante evidenciar, que existem caixas de recompensas que têm a presença de todas, algumas ou apenas uma característica tratada pelo estudo. Essas características demonstradas pelo estudo tem, como objetivo, entender quais as caixas de recompensas são mais prejudiciais ao usuário sob a ótica da psicologia, além de ajudar os órgãos reguladores a definir uma regulamentação das caixas de recompensas.

Explicado os tipos de caixas de recompensas, o próximo capítulo buscará compreender se as caixas de recompensas, sob a perspectiva psicológica, se assemelham com o jogo de azar. Ao mesmo tempo, irá ser abordado como os desenvolvedores estão abusando do estímulo psicológico para induzir a compra.

2.3 SEMELHANÇAS ENTRE O JOGO ELETRÔNICO COM CAIXA DE RECOMPENSAS E O JOGO DE AZAR: PERSPECTIVA PSICOLÓGICA

Há diversos estudos na área da psicologia atestando as semelhanças entre as caixas de recompensas e o jogo de azar. Merece destaque o artigo *Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase*, escrito por Zendle, Meyer e Over (2019), publicado na *Royal Society Open Science*¹⁵. Tal artigo diz que quando os usuários compram as caixas de recompensas, eles não estão adquirindo um item específico, e sim adquirindo a perspectiva de que irá ganhar algum item predeterminado em uma lista, esse comportamento, portanto, envolve apostar dinheiro no resultado casual de um futuro evento.

Tal comportamento, conforme o estudo, se relaciona com o jogo de azar, pois preenche os requisitos psicológicos do transtorno do jogo compulsivo (ZENDLE; MEYER; OVER, 2019, p. 2). O jogo compulsivo, também conhecido como jogo

¹⁵ A *Royal Society* é uma entidade que reúne cientistas do mundo inteiro, além de ser a mais antiga academia científica em existência contínua.

problemático ou ludomania, se refere a um transtorno o qual o indivíduo sente a necessidade de jogar continuamente, independente das consequências negativas que podem afetar a vida pessoal, familiar e profissional.

Nas palavras de Zendle, Meyer e Over (2019, p. 2): “quanto mais o usuário estiver exposto à excitação ao abrir a caixa de recompensas, mais ele espera e exige essa excitação, levando aos padrões desordenados e excessivos de gastos relacionados ao jogo”. Isso é um problema que é potencializado quando os jogos eletrônicos estão adotando a prática de jogo como serviço, todo o jogo é desenvolvido para manter e engajar o usuário para ficar mais tempo jogando.

Segundo Griffiths (*apud* ZENDLE; MEYER; OVER, 2019, p. 2), há cinco características para identificar no jogo, nas caixas de recompensas e no jogo de azar que propiciam o transtorno do jogo compulsivo. São elas:

- a) A troca de dinheiro ou algo de valor.
- b) Um evento futuro determina os resultados desta troca, e o resultado deste evento é desconhecido no momento em que uma aposta é feita;
- c) O acaso determina, pelo menos em parte, o resultado da troca;
- d) As perdas podem ser evitadas simplesmente não participando;
- e) Os vencedores ganham às custas dos perdedores.

Drummond e *Sauer* (2018, p. 2) realizaram um estudo aplicando as características, ditas por *Griffiths*, do jogo compulsivo nas caixas de recompensas dos jogos eletrônicos que apresentavam esse tipo de microtransação, ao todo foram analisados vinte e dois jogos eletrônicos.

Os parâmetros definidos por *Griffiths* foram aplicados nas caixas de recompensas. No estudo, *Drummond* e *Sauer* explicaram essas características do jogo compulsivo:

Conforme *Drummond* e *Sauer* (2018, p. 2), a primeira característica diz respeito à forma de adquirir as caixas de recompensas que devem, necessariamente, ser pagas com dinheiro real.

A segunda característica se refere ao ato de receber a caixa de recompensas, ao qual exige que a caixa de recompensas seja recebida após o pagamento.

A terceira característica diz respeito a aleatoriedade da caixa de recompensas, onde o desenvolvedor pode até dizer os possíveis itens que podem

ser ganhos, mas nesta característica, é exigido que o usuário não tenha certeza de qual item irá receber dentro desses itens possíveis preditos pelo desenvolvedor.

A quarta característica trata que as perdas poderiam ser evitadas, simplesmente não comprando as caixas de recompensas.

A quinta característica é um pouco mais complexa, e esse é um dos motivos pelos quais os órgãos reguladores sentem dificuldade de visualizar a caixa de recompensas como jogo de azar. Esta dificuldade se dá porque o usuário, ao comprar com dinheiro real a caixa de recompensas, não recebe dinheiro em troca, e sim itens ornamentais ou itens funcionais.

Vale ressaltar que há jogos eletrônicos, como *Counter-Strike: Global Offensive*, que por mais que o usuário receba, da caixa de recompensas, *skin* de armas, o mesmo pode vendê-lo no mercado da *Steam* por dinheiro real. No entanto, *Drummond* e *Sauer* (2018) consideraram que na quinta característica, a caixa de recompensas deveria ter dentro de suas possibilidades itens que coloque o usuário, que os adquiriu, em vantagem sobre outros jogadores.

Drummond e *Sauer* (2018) identificaram dez jogos eletrônicos, de vinte e dois, que tinham caixas de recompensas que preenchiam todas as características do jogo compulsivo definidas por *Griffiths*. No entanto, chama-se atenção que jogos eletrônicos com classificação etária livre, como FIFA¹⁶ 17, 18 e Madden¹⁷ NFL 17,18, além de preencher todos os requisitos, dá aos usuários a possibilidade de trocar os itens por dinheiro, vendendo em leilões *in-game* ou em sites de terceiros.

É bom salientar que a presença de caixas de recompensas, que preenchem todos os requisitos do jogo compulsivo, em jogos eletrônicos com classificação etária livre é um problema ao qual os órgãos de defesa da criança e do adolescente devem se atentar. Conforme Habra e LEE (*apud* ZENDLE; MEYER; OVER, 2019, p. 2) explicam: “o jogo compulsivo é considerado um risco em particular no caso dos adolescentes. Na verdade, a exposição a jogos de azar na infância é um importante preditor de problemas de jogo compulsivo entre adultos”. Portanto, a exposição da criança e adolescentes as caixas de recompensas podem realmente causar danos de ordem psicológica.

Além do FIFA e Madden NFL serem jogos com classificação etária livre, *Drummond* e *Sauer* analisaram Halo Wars 2 e Need for Speed Payback. São jogos

¹⁶ Jogo eletrônico de Futebol;

¹⁷ Jogo eletrônico de Futebol americano.

com classificação etária, de respectivamente, 14 e 10 anos e que possuem caixas de recompensas que preenchem todas as características do jogo compulsivo estando, portanto, disponíveis para adolescentes e crianças. Dos vinte jogos eletrônicos que Drummond e Sauer (2018) analisaram, dez jogos têm caixas de recompensas que preenchem todos os requisitos do jogo compulsivo, desses dez, quatro jogos estão com classificação etária disponível para crianças e adolescentes.

De acordo com Zendle (2020, p. 19), há sete tipos de caixas de recompensas, mas o fator determinante para fortalecer o jogo compulsivo é a compra de caixas de recompensas. Foi percebido uma relação entre usuários que mais gastam em caixas de recompensas e que tinham problema de jogo compulsivo mais grave.

Zendle *et al* (2020, p. 19), fez um estudo intitulado *Paying for loot boxes is linked to problem gambling, regardless of specific features such as cash-out and pay-to-win*, o qual buscou classificar as caixas de recompensas para saber qual é a mais nociva, na conclusão do estudo, não foi encontrado evidências para o apoiar o argumento que existe um tipo específico de caixa de recompensas inofensivo.

Um estudo¹⁸ interessante realizado por Zendle (2020), abordou o antes e o depois da retirada da caixa de recompensas do jogo Heroes of The Storm. Heroes of The Storm é um jogo eletrônico *free-to-play* o qual o método, principal, de monetização é a microtransação, dentre os itens ofertados para venda aos usuários está a caixa de recompensas, o qual continha uma lista de itens cosméticos.

Quando as caixas de recompensas foram removidas do jogo eletrônico, os jogadores gastaram, conforme Zendle (2020), significativamente menos dinheiro no jogo. Vale ressaltar que existem os itens para compra direta, tanto antes como depois da retirada da caixa de recompensas, e mesmo assim os usuários que gastavam enormes quantias na compra de caixas de recompensas não substituem o ato para compra direta de itens.

Esse estudo reforça a ideia defendida por Zendle de que a ligação do pagamento de dinheiro para compra de caixa de recompensas está ligada a problemas do jogo compulsivo, no entanto, o próprio Zendle reconhece que ainda é bastante prematuro defender essa ideia, pois as caixas de recompensas poderiam

¹⁸ Problem gamblers spend less money when loot boxes are removed from a game: a before and after study of Heroes of The Storm. Tradução literal: "Os jogadores problemáticos gastam menos dinheiro quando as caixas de recompensas são removidas de um jogo: um estudo antes e depois de *Heroes of The Storm*".

não está ligada ao jogo compulsivo mas, nas palavras de Zendle (2020, p. 20)¹⁹, *“provide a ‘gateway’ to problem gambling, but rather because loot boxes capitalize on problem gambler’s self-destructive behavior”*.

Concluimos que, na visão psicológica, não se sabe ao certo o porquê das caixas de recompensas serem tão nocivas, mas uma coisa é bastante clara, elas não são inofensivas, sendo necessário que exista alguma regulamentação e fiscalização das autoridades competentes para responder a essa ameaça.

A polêmica por trás das caixas de recompensas, no primeiro momento, se deve aos abusos do sistema por parte dos desenvolvedores. Os governos em todo mundo começaram a debater sobre o tema após a polêmica do *Star Wars: Battlefront II*, momento a partir do qual foram realizados estudos apontando a similaridade das caixas de recompensas com o jogo de azar. No próximo capítulo abordaremos a polêmica em torno das caixas de recompensa, bem como a posição de algumas empresas e governos sobre o assunto.

¹⁹ As caixas de recompensa funcionam como uma ‘porta’ para o jogo compulsivo, porque elas alimentam o comportamento autodestrutivo do jogador problemático.

3 A POLÊMICA EXISTÊNCIA DA CAIXA DE RECOMPENSAS EM JOGOS ELETRÔNICOS

Como deu para perceber no capítulo anterior, há fortes indícios de que a caixa de recompensas já é maléfica por sua própria estrutura, agora somada à prática de jogo eletrônico como serviço, torna ainda mais nociva ao usuário. Mas como dito anteriormente, a polêmica da caixa de recompensas não começou através de um estudo apontando suas similaridades com os jogos de azar, foi apenas através do lançamento do jogo eletrônico *Star Wars Battlefront II*, cujo sistema usava e abusava das caixas de recompensas.

O jogo foi, conforme a crítica especializada (PETRÓ, 2017), apontado como sendo maior e mais diverso que o primeiro jogo da série, tanto pela campanha *singleplayer* quanto pela diversidade de modos no seu *multiplayer*. Mas mesmo um jogo tão aclamado pela crítica teve seu sistema abusivo das caixas de recompensas exposto pela sua comunidade.

O jogo custava mais de R\$ 200 (duzentos reais) e se o jogador quisesse jogar com algum personagem em específico, este precisaria então comprar uma caixa de recompensas ou passar 40 horas jogando para poder juntar os cartões²⁰, para assim tentar desbloquear o personagem desejado. De acordo com o site *Star Wars: Gaming*²¹, para desbloquear tudo dentro do game, o usuário precisaria dedicar aproximadamente 4528 horas jogando ou então pagar \$2100 (dois mil e cem dólares). A repercussão foi tão negativa que obrigou a EA²² a desativar o sistema de caixa de recompensas no jogo.

Depois desse acontecimento, a mídia se tornou cada vez mais vigilante nos casos envolvendo caixas de recompensas nos jogos eletrônicos. De 2017 em diante se tornou comum ao menos ter uma notícia por mês envolvendo um adulto, adolescente ou criança gastando cifras superiores a R\$1000,00 (mil reais) somente em caixas de recompensas.

Uma notícia publicada no UOL, por *Gamehall* (2019), tem o seguinte título: “Jogador gasta quase R\$ 2 mil em *loot box* de “*Apex Legends*”. *Apex Legends* é um jogo *free-to-play* desenvolvido para ser um jogo como serviço, nesta notícia um

²⁰ Representação das caixas de recompensas dentro do jogo.

²¹ Um site especializado no universo do Star Wars.

²² Electronic Arts.

jogador se empolgou e gastou US\$ 500 dólares em caixas de recompensas com a esperança de ganhar um item raríssimo, que tem menos de 1% de chance de ser obtido.

De acordo com a notícia (GAMEHALL, 2019), o jogador deve abrir 500 *apex packs*²³ para, caso não tenha ganho o item raríssimo, ainda de acordo com o *Gamehall* (GAMEHALL, 2019), “seja automaticamente recompensado pelo jogo ao abrir o seguinte”, sendo exatamente isso que aconteceu em seguida. Nas palavras do jogador: “Comprei pacotes de moedas atrás de pacote. A cada vez, pensava que as Heranças viriam no próximo conjunto de packs”. Como é bem retratado no trabalho realizado por Zendle Meyer R, Over H (2019, p. 2), quanto mais o usuário estiver exposto à excitação ao abrir a caixa de recompensas, mais ele espera e exige essa excitação, levando aos padrões desordenados e excessivos de gastos relacionados ao jogo compulsivo. O jogador ainda afirmou que sabia que se meteria numa grande despesa, mas não conseguia parar, reforçando este ponto tratado no estudo psicológico.

Partindo para outro caso, há uma notícia feita por Kleinman (2019) e publicada pela *BBC NEWS*, que trata do envolvimento de crianças com as caixas de recompensas, sendo o título da notícia “Meus filhos esvaziaram nossa conta bancária jogando Fifa”. O jogo *FIFA* é pago, com a classificação etária de “livre para todas as idades”, além de ser um jogo como serviço, conforme Drummond e Sauer (2018), esse jogo preenche todos os requisitos definidos por Griffiths do jogo compulsivo.

Conforme relatos do próprio pai: “Você paga 40 libras pelo jogo, o que é muito dinheiro por si só, mas a única maneira de obter um ótimo time é essencialmente um jogo de azar” e “Eles (os quatro filhos) gastaram 550 libras (cerca de R\$ 2,6 mil) e ainda assim não conseguiram Lionel Messi, jogador favorito deles”. O pai comprou o jogo por 40 libras (na época equivalia a R\$ 190), o que por si só é um valor alto para se pagar em jogos eletrônicos, já atualmente os jogos *triple-A* estão na faixa de R\$ 230. Além de que as crianças gastaram 550 libras, algo em torno de R\$ 2,6 mil na época, e mesmo assim não conseguiram o item desejado: Lionel Messi. Mas esse não é um único caso envolvendo as caixas de recompensas do *FIFA*, há casos de jogadores que gastaram mil dólares, conforme matéria publicada na *2 A.M. gaming* (2019), outro jogador gastou 10 mil libras.

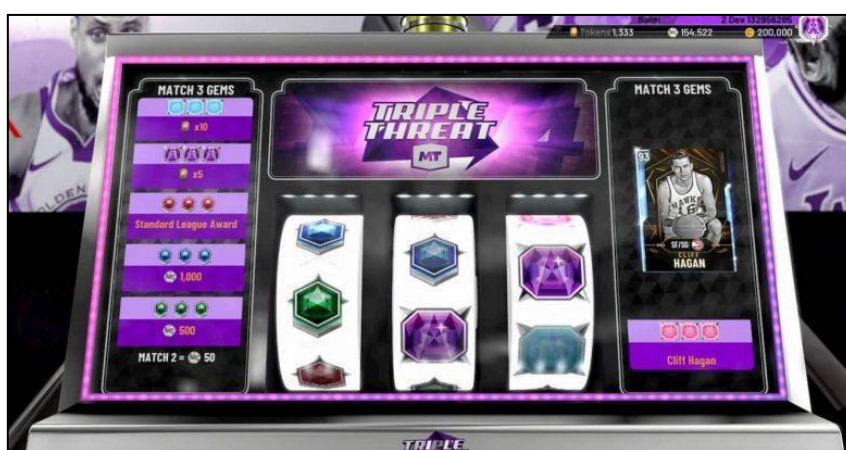
²³ Como se refere às caixas de recompensas no Apex Legends

Além disso houve um relato de que as caixas de recompensas, enviadas para *Streamers*²⁴, foram “adulteradas” para terem maiores chances de receber itens raríssimos ou exclusivos, passando para público em geral a idéia que poderiam ter as mesmas chances de ganhar os itens, conforme Henry (2019). Para piorar, basta uma pesquisa rápida no *youtube* para ver vídeos de influenciadores, que são patrocinados pelas desenvolvedoras de jogos, abrindo mais de cem caixas de recompensas, e majoritariamente o público que assiste esses vídeos são crianças e adolescentes.

3.1 CRÍTICAS À CAIXA DE RECOMPENSAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS

Há várias críticas com relação a presença de caixa de recompensas nos jogos eletrônicos, mas um dos pontos fundamentais é a semelhança entre as caixas de recompensas e jogos de azar. Muitas vezes as semelhanças não estão restritas apenas ao aspecto psicológico, como pudemos visualizar anteriormente no capítulo passado, mas na parte visual e inclusive de mecânica. Como o jogo eletrônico *NBA 2K20*, que trata-se de um jogo de basquete pago e possui classificação indicativa como Livre para todas as idades. Veja o sistema visual da caixa de recompensas desse jogo:

Figura 4 - Caixa de Recompensas - NBA 2K20



Fonte: Nogueira (2019).

²⁴ influenciadores de plataformas de *Stream*.

É o cúmulo do absurdo, uma prática que preenche todos os requisitos psicológicos para o jogo compulsivo, possui ainda gatilhos sonoros e visuais idênticos aos de um jogo de azar. Para piorar, está sendo disponibilizado para menores de idade.

Na visão dos pais que possuem o senso comum de que os jogos violentos representam um risco para seu filho, para isso, eles compram um jogo de esporte como o de basquete e ainda confirmam a classificação etária, que na capa consta como livre para todas as idades. A plataforma do jogo salva as informações do cartão da compra de forma automática e a criança impedida de jogar com os seus ídolos favoritos do basquete só tem uma maneira de tentar jogar com o personagem, que é abrindo várias caixas de recompensas, pois o jogo na visão da criança, está usando uma moeda fictícia e moeda fictícia esta, que é paga com dinheiro real. Quando os pais veem a fatura do cartão já está feito o desastre.

Essa visão trabalhada no parágrafo anterior foi feita através de um exercício de imaginação, que infelizmente costuma ocorrer bastante na realidade. Basta uma rápida pesquisa no google para ver vários casos, notícias e documentários da BBC relatando o mesmo *modus operandi* envolvendo crianças.

Um outro ponto das críticas é a ausência de informação sobre as probabilidades dos itens ganhos nas caixas de recompensas. Alguns jogos criam *Tiers* indicando um conjunto de itens que possuem maiores e menores chances de ser ganhos, o que acaba inflando a porcentagem.

Com relação a falta de informação clara sobre a probabilidade de se ganhar os itens, chamou-se a atenção deste fato quando o governo Chinês obrigou os desenvolvedores a informar a taxa de *drop rate* de cada item, houve jogadores que se chocaram com itens com a probabilidade de 0.0001% de ser ganho. Mas os desenvolvedores em outros países divulgam os *Tiers*, como o jogo *Overwatch* (BLIZZARD, 2021), que o *Tier* comum possui 99% de probabilidade, *Tier* raro tem 94% de probabilidade e *Tier* épico e lendário possuem, respectivamente, 18,5% e 7,5%. Enganando de certa forma o usuário.

Uma outra crítica diz respeito às caixas de recompensas que possuem probabilidade diferente em outros países. Como o governo chinês obrigou os desenvolvedores a publicarem as probabilidades dos itens da caixa de recompensas, percebeu-se conforme Chalk (2017), que o sistema de caixa de recompensas do *League Of Legends* era diferente na China e Europa.

Como o sistema de probabilidade das caixas de recompensas não é transparente, acontecem casos como dos Estados Unidos. Ao qual *Streamers* patrocinados recebiam das desenvolvedoras caixas de recompensas com chances irreais aos outros jogadores, o que configura publicidade enganosa.

Por fim, deve-se tratar a forma como as caixas de recompensas se apresentam nos jogos eletrônicos, uma coisa é ser apenas mais uma opção dentro do jogo, outra coisa é ser a única forma de conseguir algo dentro do jogo eletrônico, principalmente nos jogos pagos. De acordo com Bogatzky (2021), documentos vazados indicam que a *EA* estaria praticando uma política de sempre direcionar o usuário a comprar as caixas de recompensas, em especial no jogo eletrônico *FIFA*, um dos jogos que aparecem rotineiramente no noticiário por possuir caixas de recompensas de natureza predatória para menores de idade.

Além de usar essas técnicas para obrigar a compra de caixas de recompensas, a *EA* tem uma patente, conforme publicação no GameVicio (2019), de um algoritmo inteligente que combinaria jogadores novatos, mais propensos a gastar no jogo, contra jogadores mais bem equipados com o objetivo de induzi-los a usar microtransações como as caixas de recompensas, mas até hoje não há relato do uso dessa tecnologia. Tal tecnologia seria alimentada por dados dos próprios usuários, para incentivar o uso da microtransação.

3.2 A POSIÇÃO DAS EMPRESAS DE JOGOS ELETRÔNICOS

Como a mídia especializada em jogos eletrônicos está sempre apontando a presença de caixas de recompensas, seu funcionamento nos jogos eletrônicos lançados, além de noticiar casos absurdos que ocorrem com os jogadores, forçou os principais *players* do mercado de desenvolvimento de jogos eletrônicos a se manifestarem sobre essa prática.

O principal *player* conhecido por abusar desse sistema nos jogos eletrônicos é a *EA*, no seu portfólio podemos citar *Star Wars: Battlefront II*, *FIFA* e *Madden NFL*, esses dois últimos, conforme Drummond e Sauer (2018), apresentam todas as características do jogo compulsivo. Em junho de 2019, conforme OLIVEIRA (2019), a *EA*, juntamente com diversas outras empresas, foram convocadas pelo Parlamento do Reino Unido para tratar sobre as caixas de recompensas e o perigo que podem representar para os jogadores menores de idade.

Quem representava a EA era Kerry Hopkins, Vice Presidente dos Assuntos Legais e Governamentais na EA. Quando questionada sobre a ética das caixas de recompensas, ela respondeu (OLIVEIRA, 2019):

Bem, primeiro, não chamamos *lootboxes*. Olhamos para isto como mecânicas surpresas. Se você entrar em uma loja que vende muitos brinquedos e procurar por brinquedos surpresa, descobrirá que é algo do qual as pessoas gostam, as pessoas gostam de surpresas. É algo que tem sido parte dos brinquedos há anos, sejam os Kinder Ovos, Hatchimals ou LOL Surprise, acreditamos que implementamos essas mecânicas - e FIFA claro, é o nosso principal, o nosso FIFA Ultimate Team e os seus packs - são na verdade muito éticos e bem divertidos, desfrutáveis pelas pessoas.

Vale ressaltar que após esta declaração, nos *trending topics* do Twitter estava a tag que a caixa de recompensas não é kinder ovo, para se ter uma ideia do tamanho da reprovação dos jogadores. Caixa de recompensas não é o mesmo que o kinder ovo, pois desenvolvedores tiram, restringem ou oneram de forma absurda ao ponto de impedir o jogador de conseguir o item desejável, ou seja, tiram a possibilidade do usuário conseguir o item certo e determinado, sendo forçado a jogar no cassino²⁵, além de que já foi citado diversos estudos que apontam as semelhanças entre o jogo de azar e as caixas de recompensas.

Há vários desenvolvedores que aprovam a mecânica da caixa de recompensas, mas faz-se necessário destacar um trecho de uma resposta do suporte da UBISOFT, conforme Maikon (2018), diante do descontentamento dos jogadores pela presença de caixas de recompensas no jogo *Trials Rising*:

Yes, it means that some players end up spending more on our games than others and that does result in increased profits for us. It also helps us to put more money into new titles and to understand what players look for in their games. If players simply didn't buy these crates, they would not be added into games in future.²⁶

Nunca se viu uma resposta tão honesta de uma desenvolvedora de jogos eletrônicos sobre as caixas de recompensas. O que tem em comum nas declarações de todas as desenvolvedoras de jogos eletrônicos que defendem as caixas de

²⁵ Um grande exemplo é o FIFA *Ultimate Team*, não há formas do usuário conseguir um determinado jogador de forma direta, sendo obrigado a ficar abrindo caixas de recompensas num jogo pago.

²⁶ Tradução livre: "Sim, isso significa que alguns jogadores acabam gastando mais em nossos jogos do que outros e isso resulta em maiores lucros para nós. Também nos ajuda a colocar mais dinheiro em novos títulos e a entender o que os jogadores procuram em seus jogos. Se os jogadores simplesmente não comprassem essas caixas, elas não seriam adicionadas aos jogos no futuro".

recompensas são que as mesma seriam inofensivas, mesmo vários estudos psicológicos apontando que as caixas de recompensas são prejudiciais, e que dão um grande retorno financeiro, nesse ponto devemos nos perguntar a que custo, vários jogos eletrônicos lucram de forma absurda sem essa prática, pode-se citar o *Cyberpunk 2077* que faturou US\$ 562 milhões, de acordo com Raphael (2021).

Contudo há algumas desenvolvedoras de jogos eletrônicos que não defendem essa prática. De acordo com Yonezawa (2017), *CD Projekt Red*²⁷, respondeu uma publicação criticando os jogos como serviços²⁸, afirmando que nos seus jogos não teria além do que o jogador comprou. "Deixarmos a ganância para os outros" alfinetando a *EA*.

Mas o mercado de jogos eletrônicos não se resume apenas às empresas que desenvolvem o jogo eletrônico, também é constituído por empresas que criam as plataformas dos jogos eletrônicos. As maiores plataformas de jogos eletrônicos são das empresas *Microsoft*, *Sony* e *Nintendo* com seus consoles, respectivamente, *Xbox*, *Playstation* e *Switch*, temos também as plataformas móveis como o *android*, da Google, e *ios*, da Apple.

Com o aumento das discussões sobre as possibilidades de proibir, regulamentar ou liberar, sem restrição, no Estados Unidos, em 2019 o governo decidiu não regulamentar o setor, mas a *Entertainment Software Association* – *ESA* (2019) firmou o compromisso com as empresas das plataformas de jogos eletrônicos deveriam prestar mais informações na hora das vendas de microtransações e caixas de recompensas.

O compromisso tem várias obrigações, primeiramente, todos os jogos eletrônicos, além de trazer a classificação indicativa, devem informar ao consumidor através de um selo que há a presença de itens adquiridos com dinheiro real entre parênteses. Caso o jogo tenha caixas de recompensas, será informado a presença de itens random no próprio selo.

Figura 5 - Selo de Classificação Indicativa
Com a identificação de microtransação



Figura 6 - Selo de Classificação Indicativa
Com a identificação da inclusão de caixa de recompensas



²⁷ Desenvolvedora de jogos eletrônicos.

²⁸ No qual está inserida as caixas de recompensas

Fonte: ESBR (2018)

Fonte: ESBR (2018)

As empresas responsáveis pelas plataformas de jogos eletrônicos como a *Microsoft*, *Sony* e *Nintendo* se comprometeram a exigir dos desenvolvedores, que publicam jogos nestas plataformas, para divulgarem as informações relativas à raridade e probabilidade de obter itens das caixas de recompensas. Além de que algumas desenvolvedoras, membros da *ESA* como *Epic*, *Ubisoft*, *Take-Two Interactive* entre outras, já divulgavam a taxa de probabilidade do item, se comprometeram a apresentar essa informação de maneira mais compreensível e transparente.

3.3 REAÇÕES DOS GOVERNOS DA BÉLGICA E DA CHINA AO USO DA CAIXA DE RECOMPENSAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS

A partir de 2017 os governos, em todo o mundo, foram obrigados a entrar na discussão sobre a presença da caixa de recompensas nos jogos eletrônicos. Na Europa o Fórum Europeu de Regulamentação de Apostas iniciou um estudo para “debater os riscos criados pela nebulosa linha entre os jogos e as apostas”, nos Estados Unidos, a Comissão de Apostas pede explicações das grandes desenvolvedoras de jogos eletrônicos. Já no Reino Unido, o Comitê Digital de Mídia e Desportos no Parlamento organiza uma sessão para debater com as desenvolvedoras, entre outras nações.

Alguns países na região oriental do globo como Japão, China e Coreia do Sul já tomaram atitudes antes de 2017, nesta região a caixa de recompensas é conhecida como gacha. No entanto, desses países que já regulamentaram, irei analisar a China que regulamentou o setor e a Bélgica que enquadrou a caixa de recompensas como jogo de azar, conforme a sua legislação, proibindo-a.

É importante observar que a legislação chinesa ao longo do tempo vem se aperfeiçoando, apresentando um certo nível de maturidade. A Bélgica, por sua vez, ainda carece de uma análise mais complexa, pois há um movimento entre países de qualificar a caixa de recompensas como jogo de azar. No Brasil, por

exemplo, há uma ação civil pública protocolado pela ANCED (Associação Nacional dos Centros de Defesa da Criança e do Adolescente) na vara da Infância e Juventude de Brasília, o qual a associação entende que a caixa de recompensas é, conforme legislação brasileira, jogo de azar, proibido por lei.

Diante do exposto, irá-se analisar, primeiramente, a legislação chinesa. Contudo, vale destacar que não tem como conseguir o acesso direto da norma, mas através da ferramenta WayBack Machine²⁹ da Internet Archive, existe a possibilidade de aos sites mcprc.gov.cn. e sapprft.gov.cn.

A primeira norma chinesa, editada em 2010, possuía apenas um inciso tratando sobre as caixas de recompensas, em síntese, o governo Chinês, por meio da Medida Provisória para a administração de Jogos Online nº 49 do Ministério da Cultura³⁰, estava procurando regular as microtransações nos jogos eletrônicos. Conforme o art. 18 o qual trata sobre disposições de que os jogos online devem respeitar, no seu inciso III: “Os usuários de jogos na Internet não devem ser induzidos a obter produtos e serviços de jogos online por meio de seleção aleatória ou moeda virtual para jogos online.”. Esse inciso é importante por duas coisas. Primeiramente, as desenvolvedoras têm que se abster de criar dificuldades para vender facilidades, seja criando uma dificuldade anormal para, no momento que o usuário perder, mostre uma janela incentivando compras de itens por meio da microtransação, em especial a caixa de recompensa. O segundo aspecto importante é que os itens à venda devem possuir outros caminhos para que o usuário o consiga.

Vale a pena mencionar que nesta lei, o artigo 20 trata dos limites das moedas virtuais em jogos online, o qual não devem ser prestados a menores. No entanto, esta norma foi modificada. No início era proibido para menores de 18 anos jogos eletrônicos que apresentassem microtransação mas com a publicação do aviso (REPUBLIC OF CHINA, 2019) sobre a prevenção de problemas aos menores nos jogos online, publicado pela administração central de imprensa do Governo central em 2019, tornou-se proibido, somente, para menores de 8 anos.

²⁹ Esse serviço documenta a página em cache para acesso posterior, mesmo se a página fica indisponível ou muda.

³⁰ Medida Provisória para a Administração de Jogos Online (Decreto nº 49 do Ministério da Cultura). Ministério da Cultura, 3 de jun de 2010. Disponível em:

O aviso se deve pelo reconhecimento do governo Chinês de que estava havendo um problema “digna de atenção, especialmente para menores viciados em jogos online, consumo excessivo e outros fenômenos”, o qual as desenvolvedores e nem o próprio governo estavam conseguindo controlar, o objetivo era de reduzir esse vício dos menores em jogos online e o consumo excessivo. Dessa forma, houve alterações aos quais tornou-se proibido as microtransações para o público menor de 8 anos, mas mesmo assim houve diversas restrições para os menores de 18 anos. Vejamos:

- a) Conforme o art. 20, inciso III da medida provisória nº 49 do Ministério da Cultura, todo usuário que queira jogar online deve vincular sua conta virtual, do jogo, ao documento de identidade válido. Inclusive, com a publicação do Aviso em 2019, o governo chinês disponibilizou o banco cadastral dos cidadãos chineses para os desenvolvedores verificarem os dados no cadastro para jogar online.
- b) Os jogos online para menores de 18 anos ficaram disponíveis no horário das 8:00 às 22:00, após esse horário o jogo fica indisponível.
- c) O tempo de jogatina diária é de uma hora e meia e nos feriados três horas.
- d) Os jogos online, já possuem restrições de microtransação diferenciada. Entre 8 a 16 anos, o valor de recarga, única, não pode exceder 50 yuan³¹ (equivalente a R\$ 39,42) e 200 yuan (equivalente a R\$ 157,68) mensal. Entre 16 e 18 tem um limite de 100 yuan (equivalente R\$ 78,84), transação única e 400 yuan (equivalente R\$ 315,36) mensal.

A alínea d) é notoriamente a parte mais importante, principalmente para as famílias não se surpreenderem com a fatura do cartão no final do mês. O controle ‘parental’, na China, é feito de forma automática. Atualmente, a maioria dos jogos online disponíveis no mercado brasileiro não possuem controle parental, e os poucos que possuem vem desativados, além de que muitas das vezes nem se sabe da existência dessa importante ferramenta, decorrente da pouca ou nenhuma publicidade e informação de seu funcionamento.

³¹ Câmbio do dia 07/06/2021. Dados disponibilizados pela Morningstar

Mas a norma chinesa mais importante nessa análise é o Edital do Ministério da Cultura (2016) sobre regulação da operação de jogos online feito em 2016, neste documento, a caixa de recompensas são tratadas de forma mais direcionada. Inclusive tem a questão seis que trata sobre “as novas disposições do Edital para o fornecimento de adereços virtuais por empresas para seleção aleatória”. Neste documento há ao todo dez menções expressa da caixa de recompensas ao qual os chineses se referem, na tradução direta, extração aleatória.

Um dos principais objetivos desta norma, como consta no próprio edital, é a de:

Padronizar o serviço de distribuição de itens virtuais, a distribuição de itens virtuais com característica de moeda virtual de jogos online e a maneira da “seleção aleatória” de fornecer itens virtuais e serviços de valor agregado, a forma de retirar a moeda virtual do jogo online, acesso por outros meios a itens virtuais, para evitar suspeitas de apostas. (tradução livre)

Devo chamar a atenção ao fato de que neste objetivo, o governo Chinês reconhece que as caixas de recompensas possuem características de jogo de azar, mas no lugar de proibir, o governo chinês decidiu regulamentar ao ponto de descaracterizá-las como caixas de recompensas. Tal perspectiva é reforçada pois, como consta na questão cinco: “O Edital regulamenta a distribuição, seleção aleatória e resgate de tais itens virtuais”.

Os dispositivos que regulamentam a seleção aleatória estão presentes na questão seis. De início devemos retornar a Medida Provisória nº49 do Ministério da Cultura, mais especificamente no art. 18, inciso III. Como vimos anteriormente, o usuário não poderia ser induzido pelo desenvolvedor à adquirir caixas de recompensas para conseguir os itens, contudo, o governo Chinês teve sérias dificuldades para determinar o que seria considerado “induzido”, diante da imprecisão de tal termo, a questão seis deste edital adotou quatro características aos quais elimina (ou tenta minimizar) a parte nociva das caixas de recompensas:

- a) O jogo online, ao fornecer a caixa de recompensas, não pode exigir que o usuário participe;
- b) O desenvolvedor deve divulgar de forma clara o nome, desempenho, conteúdo, quantidade e probabilidade de todos os itens virtuais disponíveis na caixa de recompensas;

- c) Quando o desenvolvedor usar a caixa de recompensas, é obrigatório que ele forneça aos usuários outros meios para adquirir os mesmos itens disponíveis na caixa de recompensas.
- d) O jogador ao abrir a caixa de recompensas, altera, de forma gradual, as chances a favor do usuário para ganhar determinado item raro. Inclusive, deve-se informar quantas caixas de recompensas faltam para completar, e essa quantidade deve ser razoável.

Na alínea a) está retratado o jogo eletrônico só permite que usuário avance se adquirir a caixa de recompensas, ao qual a norma chinesa proíbe. Na alínea b) estamos tratando da responsabilidade da desenvolvedora, que ao disponibilizar a caixa de recompensas no jogo, deve-se informar todas as qualidades, características e a probabilidade de todos os itens. Na alínea c) se refere a proibição do uso exclusivo da caixa de recompensas como forma de monetização, devendo o desenvolvedor disponibilizar a venda direta dos itens, inclusive até oferecer determinado item de forma gratuita dentro do jogo. E por fim, a alínea D), que retira, de forma parcial, o aspecto de azar. A chance da caixa de recompensas não pode ser estática, ela deve ser dinâmica a favor do usuário, ao qual irá obter determinado item, podendo receber até mesmo antes. Um exemplo que podemos citar é esse:

Figura 7 - Caixa de recompensas, com garantia de item raro em 3 rodadas



Fonte: CLASH. YOUTUBE.

Dessa forma conclui-se a análise das normas chinesas, inclusive a evolução delas no tempo, indo de 2010 a 2019. Não há dúvidas que a experiência chinesa possa servir de exemplo para o Brasil. Mas outro grande exemplo que pode se destacar é como a Bélgica tratou a caixa de recompensas como jogo de azar, conforme análise do relatório realizado pela Comissão Belga de Jogos (2018), que resultou na proibição das caixas de recompensas nos jogos eletrônicos voltados para o público menor de 18 anos.

No relatório foi analisado se as caixas de recompensas preenchiam os requisitos legais para ser enquadrado como jogo de azar. Para isso a comissão belga de jogos analisou as caixas de recompensas dos jogos: Overwatch, Star Wars Battlefront II, FIFA 18 e Counter-Strike: Global Offensive.

No entanto, faz-se necessário entender o que seria jogo de azar conforme a legislação Belga (Comissão Belga, 2018, p.8), neste sentido a Lei do jogo e das Apostas no art. 2,1º da Lei de 7 de maio de 1999, diz que:

jogo de azar é qualquer jogo em que uma **aposta** de qualquer tipo, seja a perda desta aposta por pelo menos um dos jogadores, ou um **ganho** de qualquer tipo para pelo menos um dos jogadores ou organizados do jogo, onde o **acaso** é um elemento ainda secundário no curso do jogo, a indicação do vencedor ou a determinação do tamanho dos ganhos.
(tradução livre)

A aposta, ganho ou perda e o acaso devem estar cumulativamente presentes para ser enquadrado como jogo de azar, conforme a legislação belga. A aposta e o ganho podem ser de qualquer natureza, seja em dinheiro, objeto, ou, como neste caso das caixas de recompensas, itens virtuais.

Outro aspecto importante da Lei de Apostas e Jogos da Bélgica diz respeito a restrições quanto à idade (Comissão Belga, 2018, p. 4). Há a proibição total para crianças menores de 18 anos, enquanto para o maior de 18 é permitido participar de lotarias e maior de 21 é permitido a participação em jogos de casino.

Explicado o conceito de jogo de azar e as restrições quanto a idade, partiremos para os resultados do relatório que buscou investigar se a caixa de recompensa é, conforme a Lei Belga de Jogos e Apostas, um jogo de azar. De início (COMISSÃO BELGA, 2018, p. 5), a comissão belga identificou diversas técnicas aos quais os jogadores são engajados a comprar a caixa de recompensas, vejamos:

- a) Monitoramento comportamental: Essa técnica diz respeito às tecnologias que as desenvolvedoras dispunham para analisar o usuário mais propenso a gastar mais no jogo, criando após isso uma dificuldade para encorajá-lo a comprar (Comissão Belga, 2018, p. 6). No relatório há a menção de uma patente da Activision mas, como foi tratado anteriormente, a EA também desenvolveu esse tipo de técnica que é muito danosa no sistema de microtransações e no caso da caixa de recompensa serve para potencializar esse dano;
- b) A ilusão do jogo habilidade: Trata-se da forma que o jogo eletrônico é tratado, a maioria dos jogos exigem um certo nível de habilidade, o qual acaba, de certa forma, dando a ilusão de que a caixa de recompensa é uma questão de habilidade e não de sorte (Comissão Belga, 2018, p. 6). Vale acrescentar que os jogos eletrônicos estão exigindo um nível de habilidade por parte do usuário, dessa forma ao longo dos anos vem se desenvolvendo o *e-Sport*³², com níveis local, regional e internacional.
- c) Mistura de ficção e realidade (Comissão Belga, 2018, p. 6): Essa técnica se refere a publicidade que é feita para a promoção da caixa de recompensa. No relatório há um exemplo do uso da figura do Cristiano Ronaldo para a promoção da caixa de recompensa.
- d) Uso de celebridades ou itens de culto (Comissão Belga, 2018, p. 7): Trata-se do uso da caixa de recompensas para desbloquear personagens ou itens que são bastante desejados pelos usuários. No relatório foi citado o caso do *Star Wars: Battlefront II*, o qual tinha personagens icônicos (como Darth Vader, Anakin e outros personagens) e que só seriam acessíveis através da caixa de recompensa.
- e) Introdução de um sistema monetário privado (Comissão Belga, 2018, p. 7): Essa técnica tem uma interconexão com a mistura de ficção e realidade. Trata-se do uso de moedas virtuais dentro do jogo, o qual cria um mundo virtual desconexo com a realidade.

³² Competições organizadas de jogos eletrônicos

- f) Métodos de pagamento sem limite (Comissão Belga, 2018, p. 7): Nesta técnica foi constatado que, há diversas formas do usuário adquirir as moedas virtuais sem nenhum tipo de limite por transação.
- g) Uma política de dados de longo alcance e inescrutável (Comissão Belga, 2018, p. 7): Essa técnica é uma forma de subsidiar o monitoramento comportamental do usuário, uma vez que todos os tipos de dados são coletados. Conforme o relatório, os dados que as desenvolvedoras coletam não são só do próprio jogador, mas sobre outros jogadores na sua residência, amigos, comportamento de jogo offline (no jogo on-line, obviamente, o usuário deve estar conectado a internet mas atualmente os jogos offline, que são para feitos para se jogar sozinho precisa de internet), eles servem para criar dinâmicas que incentivam o jogador a continuar jogando.
- h) Vários tipos de caixa de recompensa com ou sem valor agregado (Comissão Belga, 2018, p. 8): No relatório foi constatado que o mesmo jogo possuía caixas de recompensas diferentes. Em síntese, existe a caixa de recompensa comum que fica disponível de forma indeterminada e outra caixa de recompensa por prazo determinado, nesta caixa há itens/personagens que não estarão disponíveis outra vez, criando uma escassez.
- i) Caixa de recompensa não apresenta a informação de *drop rate* e nem os possíveis itens disponíveis (Comissão Belga, 2018, p. 8): Neste ponto, o relatório constatou que há caixas de recompensas que “não é possível determinar quem ou o que exatamente está na caixa de recompensa”. Sendo, portanto, um grande incentivo a manipulação da caixa de recompensa.

Essas são, conforme o relatório da comissão belga, as técnicas que as desenvolvedoras utilizam para incentivar o jogador a comprar as caixas de recompensas. No entanto, destaco que essas técnicas são utilizadas pela indústria dos jogos eletrônicos para engajar os usuários a utilizar microtransações, passe de temporada entre outros, não sendo técnicas exclusivas para as caixas de recompensa, trata-se das estratégias de jogo como serviço e por esse motivo, afirmo que a presença de caixa de recompensas no jogo como serviço é bastante nocivo.

No capítulo 5 do relatório da comissão de jogos de azar, foi feita a explicação do porquê das caixas de recompensas preencherem os requisitos da Lei do Jogo e das Apostas. De início, foi explicado que caso a caixa de recompensas não seja uma condição necessária para participar do jogo, não se exclui os elementos do jogo de azar presentes nas caixas. Isso é importante, pois era um dos argumentos dos desenvolvedores que defendem a caixa de recompensa.

Para que a caixa de recompensa seja considerada um jogo de azar, como foi visto anteriormente, é necessário que ela preencha os requisitos que são: aposta, ganho ou perda e o acaso.

- a) Aposta: (Comissão Belga, 2018, p. 5.1.1) Neste requisito a comissão belga entendeu que há o elemento aposta na caixa de recompensa. Conforme o relatório, o jogador joga contra o fabricante do jogo, independentemente da forma de entrada que pode ser direta, ou seja o jogador adquire a caixa de recompensas e abrir, ou de forma indireta, ao qual o jogador adquire uma chave para abrir a caixa.
- b) Ganho ou perda: (Comissão Belga, 2018, p. 5.1.3) Esse elemento é de certa forma interessante pois a legislação belga sobre jogo de azar admite qualquer tipo de ganho, seja em dinheiro, serviço ou nesse caso itens virtuais. Outro ponto interessante é que a comissão belga entendeu que o jogador tem lucro a partir que ele ganhe um item com valor superior a caixa de recompensas e há perda no caso de receber um item inferior ao valor da caixa de recompensa.
- c) Acaso: A comissão belga definiu que esse fator deve ser visto na visão do jogador, independentemente se a desenvolvedora tenha informado o drop rate dos itens. No relatório eles foram além, tratando sobre o fator de chance comportamental, nesse caso estamos tratando das patentes das desenvolvedoras que buscam incentivar a compra das caixas de recompensas através do direcionamento dinâmico alimentado por dados coletados do jogador, mesmo neste caso, no relatório, entende-se que as caixa de recompensa possui o elemento do acaso, pois o jogador não tem ideia do que irá receber.

Destarte, a comissão belga entendeu necessária a remoção das caixas de recompensas nos jogos eletrônicos comercializados em território nacional voltados para os menores de 18 anos. Estabelecendo recomendações (COMISSÃO BELGA, 2018, p. 18) para os desenvolvedores:

- a) Proibição de caixa de recompensas nos jogos eletrônicos para menores de 18 anos. É permitido a caixa de recompensas para jogos eletrônicos voltado para público maior de 18 anos.
- b) Permitir o acesso total do sistema da caixa de recompensas para avaliações técnicas da Comissão de Jogo.
- c) Implementar um limite nas transações de compras das caixas de recompensa.
- d) Implementar o símbolo de jogo de azar, nos jogos eletrônicos que apresentam as caixas de recompensas.
- e) Informar de forma clara aos jogadores, a probabilidade de cada item.
- f) Verificar os dados cadastrados dos jogadores e pagamentos, para compatibilizar com essa nova realidade.

Dessa forma, o governo belga decidiu proibir a caixa de recompensas nos jogos eletrônicos para os menores de 18 anos, enquanto para os jogos voltados para o público maior de 18 anos, a caixa de recompensa é tratada e regulada, conforme a legislação do jogo de azar. A diferença entre a decisão do governo da China e belga, é que a China decidiu por uma regulamentação que descaracterize a caixa de recompensas como jogo de azar, enquanto o governo belga decidiu tratar a caixa de recompensas com a mesma legislação do jogo de azar. Por fim, resta sabermos as repercussões jurídicas do ordenamento brasileiro sobre as caixas de recompensas, objeto do próximo capítulo.

4 A CAIXA DE RECOMPENSAS À LUZ DO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Como observamos no capítulo anterior, a mera expectativa da presença de caixa de recompensas em algum jogo é motivo de polêmica. Nem mesmo há um consenso na indústria dos jogos eletrônicos sobre a sua utilização.

Os governos diante desta situação ainda sentem dificuldades para lidar com a caixa de recompensas. Na China desenvolveu-se diversas políticas no sentido de reprimir ao máximo a característica de azar presentes nas caixas de recompensas, enquanto na Bélgica foi aplicada a própria lei dos jogos de azar, proibindo a presença de caixa de recompensas em jogos eletrônicos destinados ao público menor de 18 anos.

Desta forma, ainda não há, no âmbito mundial, um consenso sobre como lidar com esta situação. Mas é um fato que os governos, diante desta emblemática situação, devem começar a agir. No Brasil ainda não há nenhuma discussão no Congresso Nacional, mas o judiciário brasileira foi instado a se manifestar sobre este assunto.

A Associação Nacional dos Centros de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente entrou na Justiça contra as desenvolvedoras que possuem atividade no Brasil (ANCED, 2021), o principal argumento é que a caixa de recompensas, conforme legislação brasileira, constitui uma forma de jogo de azar, “estando proibida pela Lei das Contravenções Penais e pelo Estatuto da Criança e do Adolescente”. Dessa forma, neste capítulo veremos as normas brasileiras aplicáveis às caixas de recompensas.

4.1 OFENSAS ÀS NORMAS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

De início, é importante visualizar a caixa de recompensas sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor. Não há dúvida quanto a incidência desse código neste caso, uma vez que a caixa de recompensa é comercializada dentro do jogo, o qual a desenvolvedora e publicadora do jogo se qualificam como fornecedor enquanto o usuário/jogador é o consumidor, conforme o art. 2º e 3º do CDC (Código de Defesa do Consumidor).

Conforme Gérard Cas (*apud* FILOMENO, 2018, p. 136), o legislador, ao criar o CDC, buscou “proteger os mais fracos contra os mais poderosos, o leigo contra o melhor informado”. Não há dúvidas quanto à vulnerabilidade do consumidor nos jogos eletrônicos que apresentam as caixas de recompensas como meio de adquirir itens, onde o fornecedor explora um problema de ordem psicológica que já foi apresentado no capítulo 2.3.

A caixa de recompensas, em síntese, ofende os direitos básicos do consumidor. Disciplinados no art. 6º do CDC mais especificamente nos incisos I, III e IV:

I- A proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas o fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

...

III- A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentam;

...

IV- A proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

O inciso I, Conforme Filomeno(2018, p.143) explica:

Têm os consumidores e terceiros não envolvidos em dada relação de consumo incontestável direito de não serem expostos a perigos que atinjam, sua incolumidade física, perigos tais representados por práticas condenáveis no fornecimento de produtos e serviços.

A caixa de recompensas ofende o inciso I por causa da sua própria característica viciante, o que oferece risco à saúde mental do consumidor, mais especificamente, a doença do jogador patológico. Além de que as próprias desenvolvedoras adotam práticas que aumentam exponencialmente este risco ao consumidor, pois esses jogos eletrônicos são desenvolvidos como “*jogos como serviço*” e desta forma, as desenvolvedoras criaram mecanismos que incentivam o consumidor a passar mais tempo exposto a práticas nocivas à saúde.

Sobre o inciso III, Filomeno (2018, p.144) explica:

inc. III do art. 6 ora comentado, pois que se fala expressamente sobre especificações corretas de quantidade, características, composição,

qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam, obrigação específica dos fornecedores de produtos e serviços.

A ofensa ao inciso III está caracterizada pela falta de informações claras e objetivas sobre os possíveis objetos virtuais e as reais taxas de probabilidade de ganho de cada objeto. As caixas de recompensas presentes na maioria dos jogos apenas informam os itens que podem ser ganhos. Tal ponto é defendido por Maris, Fatini e Felipe (2019, p. 6), mas através de outra perspectiva pois no seu artigo³³, abordam que a presença da aleatoriedade já ofende este inciso. Nas palavras deles:

Analizando apenas as lei vigentes, percebemos por exemplo, um problema em relação à oferta que atinge a liberdade de escolha (art. 6º, III e art. 30 do CDC), já que o consumidor não sabe exatamente o que está adquirindo, pois não é a aquisição da caixa em si que motiva o jogador e sim, o seu conteúdo e a expectativa de, talvez - acreditando que o critério da aleatoriedade é observado - receber um item de grande valor.

No entanto, alguns jogos, quando informam a taxa de probabilidade, o fazem por um sistema de “*Tiers*”. São divulgadas taxas de probabilidade de um conjunto de itens, inflando as reais probabilidades e dessa forma, ainda continua existindo a ofensa ao inciso III por mais que seja velada.

Sobre o inciso IV, Filomeno (2018, p. 145) comenta que:

tal proteção é conferida ao consumidor a partir do art. 30 do Código, quando trata a oferta como um dos aspectos mais relevantes do mercado de consumo, atribuindo-lhe o caráter vinculativo, ou seja, tudo que se diga a respeito de um determinado produto ou serviço deverá corresponder exatamente à expectativa despertada no público consumidor.

A ofensa ao inciso IV não se trata especificamente da caixa de recompensas, mas a forma como é veiculado os anúncios que a retrata. Há anúncios que mostram como é “fácil” ganhar um determinado item, mas na verdade a probabilidade é tão baixa que se torna impossível. No entanto, Maris, Fatini e Felipe (2019, p. 6) abordam esse inciso em outra perspectiva, onde tratam que os métodos comerciais dentro do próprio jogo ofende o inciso IV. Nas palavras deles:

Existem métodos comerciais desleais (art. 6º, IV do CDC), 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

³³ A Regulamentação das Loot Boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar.

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

Maris, Fatini e Felipe trabalham (2019, p.7) sob a perspectiva de que o jogo tem um algoritmo que detecta os jogadores mais propensos a comprar caixas de recompensas, incentivando-os. Tal ponto não é atoa conforme Bogatzky (2021), o qual confirma que documentos vazados da EA indicavam que os jogadores estavam sendo direcionados a comprar caixas de recompensas e dessa forma, está configurado a ofensa ao inciso IV. Já há registros de publicidade enganosa, como foi tratado no capítulo 2. As desenvolvedoras enviavam caixas de recompensas adulteradas para os *influencers* digitais, com o objetivo de enganar o público sobre as reais chances de ganhar determinado item, caracterizando a ofensa ao inciso IV.

Desta forma, não há dúvidas quanto à aplicação do CDC, uma vez que a relação entre o desenvolvedor/*publisher* e jogador é visivelmente de consumo. Caracterizando esta relação, a aplicação do art. 6º, I, III e IV devem ser respeitadas e, como foi retratado no decorrer deste artigo, há ofensas flagrantes aos direitos do consumidor. Agora deve-se observar a seguir as repercussões desse imbróglio no âmbito do Estatuto da Criança e Adolescente e penal.

4.2 VIOLAÇÕES AO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

O consumidor é considerado um indivíduo vulnerável, mas quando se trata do consumidor infanto-juvenil a legislação o considera como hipervulnerável, dessa forma não há dúvidas quanto à incidência do art. 6º, I, III e IV do CDC mas que deve, neste caso, ser complementada pelo Estatuto da Criança e do Adolescente. Infelizmente, apenas o ECA é insuficiente para proteger o público infanto-juvenil, pois o ordenamento só surtiria efeito se a caixa de recompensas for reconhecida como jogo de azar ou fosse, ao menos, reconhecida a sua característica de azar. Tal ponto Maris, Fatini e Felipe (2019, p.7) reconhecem que o “Estatuto é insuficiente para regulamentar as práticas de jogos de azar presentes nos jogos digitais”.

Em síntese, o ECA reconhece o caráter nocivo em apostas e jogos de azar aos menores. Neste sentido temos artigos 80 e 81, que impedem a

permanência do menor em locais de aposta e proíbe a venda de bilhetes de loterias para menores, respectivamente. O art. 80 do ECA disciplina que:

Art. 80 Os responsáveis por estabelecimentos que explorem comercialmente bilhar, sinuca ou congênere ou por casas de jogos, assim entendidas as que realizem apostas, ainda que eventualmente, cuidarão para que não seja permitida a entrada e a permanência de crianças e adolescentes no local, afixando aviso para orientação do público.

José de Farias Tavares (2012, p. 72) trata que “nem mesmo em companhia de pais, tutores ou guardiões tais menores terão acesso a esses estabelecimentos”. O art. 80 proíbe tanto a permanência da criança e adolescente como a entrada em locais de apostas.

Tal dispositivo é aplicável às fornecedoras dos jogos eletrônicos, sejam elas as próprias desenvolvedoras e publishers. Aplicado ao caso, as desenvolvedoras que exploram os jogos eletrônicos por meio das caixas de recompensas devem tomar medidas ativamente para prevenir e bloquear a criação de contas para os menores, proibindo que os jogos eletrônicos tenham caixas de recompensa.

No entanto, tal norma só seria aplicável caso as autoridades públicas considerassem os jogos eletrônicos, que possuíssem a caixa de recompensas, como um “estabelecimento que explora o jogo de azar”. Neste sentido, os responsáveis pelos jogos eletrônicos precisam de autorização para seu funcionamento, no entanto as autoridades públicas do Brasil ficaram inertes, o presente trabalho não tem como objetivo analisar a omissão destes, mas as autoridades não enxergam ou fazem questão de ignorar que os jogos eletrônicos com caixas de recompensas são nocivas, afinal “são apenas joguinhos de internet”.

Devo destacar também o art. 81, vejamos:

art. 81 É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:

...

VI - Bilhetes lotéricos e equivalentes.

José de Farias Tavares (2012, p. 73) ensina que “A lei tem a finalidade de evitar o acesso prematuro a coisas que lhe são perigosas ou nocivas”, ou seja, é proibida a venda de bilhetes lotéricos para os menores. Mesmo a loteria sendo legal,

há o impedimento de que menores adquiram. Tal artigo pode repercutir sobre as caixas de recompensas.

A partir de uma interpretação sistemática, pode existir um entendimento de que por mais que não haja impedimentos para a comercialização de caixa de recompensas, por parte do poder público, esta prática estaria proibida apenas para menores de 18 anos. No entanto, Maris, Fatini e Felipe (2019, p.7) defendem que “não é possível fazer uma analogia de “bilhetes lotéricos” com jogos digitais”. Mas o art. 81 .IV admite “bilhetes lotéricos e **equivalentes**”, abrindo uma brecha para aplicação deste artigo. Antes de mais nada, é oportuno saber o que seria bilhetes lotéricos, para isso será necessário se socorrer a lei de contravenções penais no art. 51, §2º, diz o que:

Considera-se loteria toda operação que, mediante a distribuição de bilhete, listas, cupões, vales, sinais, símbolos ou análogos, faz depender de sorteio a obtenção de prêmio em dinheiro ou bens de outra natureza.

O termo “equivalente” amplia o rol de bilhetes lotéricos, podendo muito bem a caixa de recompensas ser algo semelhante, afinal os desenvolvedores distribuem “caixas” como se fossem bilhetes e faz o jogador depender do sorteio ao abrir esta, para obtenção do prêmio. Desta forma, não é de se estranhar que em possíveis discussões judiciais seja suscitada a aplicação do art. 81, inciso IV do ECA, mas ainda é bastante cedo.

Neste sentido, as normas do Estatuto da Criança e Adolescente buscam proibir que os menores tenham contato ou estejam no ambiente de jogos que dependam da sorte. Neste sentido, podemos argumentar pela proibição das caixas de recompensas em jogos eletrônicos para menores de dezoito anos, no entanto tal norma pode não surtir efeito de forma imediata, devendo o judiciário ou autoridade competente reconhecer que a caixa de recompensas é um jogo de azar. Agora partiremos para as repercussões de ordem penal nas caixas de recompensas.

4.3 IMPLICAÇÕES DE ORDEM PENAL

A repercussão das caixas de recompensas sob a ótica penal é muito importante, pois é por esta perspectiva que irão decorrer as implicações do Estatuto da Criança e do Adolescente até a sua proibição de comercialização no Brasil. O Decreto-Lei nº 3.688/41 que trata sobre as contravenções penais é bastante importante neste caso, em especial o art. 50, vejamos:

Art. 50 Estabelecer ou explorar jogo de azar em lugar público ou acessível ao público, mediante o pagamento de entrada ou sem ele:

Pena - prisão simples, de três meses a um ano, e multa, de dois a quinze contos de réis, estendendo-se os efeitos da condenação à perda dos móveis e objetos de decoração do local.

§1º A pena é aumentada de um terço, se existe entre os empregados ou participa do jogo pessoa menor de dezoito anos.

§2º Incorre na pena de multa, de R\$ 2.000,00 a R\$ 200.000,00, quem é encontrado a participar do jogo, ainda que pela internet ou por qualquer outro meio de comunicação, como ponteiro ou apostador.

§3º Consideram-se, jogos de azar:

A) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;

O parágrafo terceiro define o jogo de azar aquele que o ganho ou a perda dependem exclusivamente ou preponderantemente da sorte. Se encaixando perfeitamente uma vez que preenche duas características do jogo de azar na caixa de recompensa, vale ressaltar que a legislação não necessita que o ganho seja, apenas, em moeda corrente, admitindo-se objetos virtuais, neste sentido é totalmente plausível a aplicação deste dispositivo e como consequência pode-se interpretar, juridicamente, que a caixa de recompensas é um jogo de azar.

Além de que a participação como jogador ou empregado menor de dezoito anos é uma circunstância agravante desta contravenção, conforme parágrafo primeiro. Dessa forma, pode-se entender que o jogo de azar é inequivocamente proibido para menores de dezoito anos. Esse entendimento é importante, pois o Brasil vem admitindo que determinados jogos de azar sejam explorados, mas com esta proibição para os menores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho objetivou analisar as repercussões das normas jurídicas brasileiras acerca da presença de caixa de recompensas em jogos eletrônicos. Desde já, deixo claro que não extinguimos este tema, e provavelmente nestes próximos anos tanto o Judiciário quanto o Legislativo terão que enfrentar este tema e suas repercussões sócio-econômicas.

Conforme visto, a caixa de recompensas junto com a nova ideia de “jogo como serviço” usam e abusam de diversos gatilhos psicológicos. A caixa de recompensas, conforme foi trabalhado no capítulo 2.3, favorece o desenvolvimento do jogador compulsivo e quanto mais jovem é o usuário exposto, maior o risco de desenvolver este transtorno psicológico e como as desenvolvedoras criaram diversos mecanismos para “prender” pelo maior tempo possível o jogador, mais tempo ele fica exposto.

Diante desses fatores, fica evidente que há ofensas ao artigo 6º do CDC, nos seus incisos I, III e IV. De início, a ofensa ao art. 6º, inciso I, está na conjugação de dois fatores, a presença da caixa de recompensas e a prática de “*jogo como serviço*” tornam o jogo eletrônico um ambiente perfeito para criar toda uma geração com transtornos psicológicos graves.

Com a pandemia, podemos observar diversas notícias envolvendo os mais variados problemas com a exposição prolongada aos jogos eletrônicos que adotam esta prática. Desde de jovens, tratados nos capítulos anteriores, que estouram o cartão de crédito dos pais.

Com relação ao art. 6º, inciso III, temos que a ofensa é um tanto ambígua. Pois, na visão dos desenvolvedores, só por indicar os possíveis itens que poderão ser ganhos na caixa de recompensas ou usar o sistema de Tiers, que se trata de mostrar a probabilidade de um conjunto de itens, estão dando uma informação adequada e clara.

O que não é verdade, pois o consumidor tem o direito de saber a probabilidade de ganhar determinado item e o desenvolvedor tem essa informação mas acaba camuflando com o sistema de Tiers. A prática de usar Tiers é ainda pior pois a informação é “enganosa”, inflando a probabilidade de determinados itens do conjunto, sendo que o jogador só irá ganhar um item.

Já a ofensa ao art. 6º, inciso IV, está na prática de publicidade enganosa no seu sentido literal. Como foi tratado nos capítulos anteriores, já houve um escândalo envolvendo influenciadores e streamers que eram pagos pelas desenvolvedoras para fazer propaganda dos seus jogos, ao qual, na hora de fazer a publicização da caixa de recompensas, os desenvolvedores enviaram caixas de recompensas “adulteradas” com probabilidades infladas para itens, que antes, eram quase impossíveis de ganhar.

Com relação a aplicação do Estatuto da Criança e Adolescente (ECA), é perceptível que seu alcance é limitado. O ECA neste caso é bastante dependente da lei de contravenções penais, em relação aos jogos de azar para surtir seus efeitos. No entanto, o Estatuto pode surtir efeitos imediatos se a caixa de recompensas for considerada equivalente a bilhetes lotéricos, conforme art. 81, IV. A qual em conjunto com o art. 51, §2º da lei de contravenções penais, fornece subsídios para uma interpretação sistemática de que é possível a proibição da venda de caixas de recompensas em jogos eletrônicos que possuem como público alvo os menores de dezoito anos.

O último a ser abordado são as implicações de ordem penal que em síntese se resume em caracterizar a caixa de recompensas como um jogo de azar. Conforme art. 50, §3º da lei de contravenções penais, considera-se, jogo de azar, “O jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte” e dessa forma, não há dúvidas que devemos caracterizar a caixa de recompensas como tal, uma vez que o ganho e a perda como a sorte são as duas principais características da caixa de recompensas.

Por fim, esclarecemos que não havia dúvidas quanto às ofensas aos direitos básicos do consumidor, além de que é bastante óbvio que a caixa de recompensas devem ser tratadas como jogo de azar. No entanto, o Estatuto da Criança e Adolescente sozinho, não consegue coibir a venda de caixa de recompensas em jogos eletrônicos com o público menor de dezoito anos, só seria possível, caso o judiciário declarasse que a caixa de recompensas é um jogo de azar.

REFERÊNCIAS

- ANCED. **Anced entra na justiça pedindo a proibição de sorteios ilegais em jogos eletrônicos**. ANCED BRASIL, Distrito Federal, 4 de abr de 2021. Disponível em: <https://www.ancedbrasil.org.br/anced-entra-na-justica-pedindo-proibicao-de-sorteios-ilegais-em-jogos-eletronicos/>. Acesso em: 28 de set de 2021.
- BENAZZI, João Renato de Souza Coelho; PEREIRA, Henrique. **Jogos casuais e sociais com microtransações**: uma análise exploratória da relação entre estratégias de venda dos jogos e o comportamento dos jogadores. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom: 2012. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/r7-0745-1.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2021.
- BOGATZKY, Raphael. Loot box: documentos vazados da EA e polêmica. **Cabana do Leitor**. Brasil, 27 abr. 2021. Disponível em: <https://www.cabanadoleitor.com.br/loot-box-documentos-vazados-e-polemica/>. Acesso em: 12 jun. 2021.
- BLIZZARD. **Loot Box Drop Rates**. BLIZZARD, EUA. Disponível em: <https://us.battle.net/support/en/article/284790>. Acesso em: 09 jun. 2021.
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências [Código de Defesa do Consumidor]. Brasília, DF: Presidência da República, [2021]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 31 maio 2022.
- BRASIL. Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941. Lei das Contravenções Penais. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3688.htm. Acesso em: 31 maio 2022.
- BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em: 31 maio 2022.
- CASTRO, Igor Henrique. **Microtransações e loot boxes em jogos eletrônicos e o impacto no consumidor**. 2020. Artigo (Graduação em Direito) – Curso de Graduação em Direito, Centro Universitário de Maringá, Maringá, 2020. Disponível em: <http://rdu.unicesumar.edu.br/bitstream/123456789/7300/1/CASTRO%2C%20IGOR%20HENRIQUE%20FERREIRA.pdf>. Acesso em: 16 maio 2021.
- CATOS. **EA registra patente controversa de microtransação**. Gamevicio. Brasil, 3 out. 2019. Disponível em:

<https://www.gamevicio.com/noticias/2019/10/ea-registra-patente-controversa-de-microtransacao/>. Acesso em: 12 jun. 2021.

CHALK, Andy. **New Chinese law forces Riot to publish League of Legends loot box drop rates**. PCgames. New York, EUA, 1 maio 2017. Disponível em: <https://www.pcgamer.com/new-chinese-law-forces-riot-to-publish-league-of-legends-loot-box-drop-rates/>. Acesso em: 11 jun 2021.

CHINA. Decreto nº 49, 3 de junho de 2010. Medida Provisória para a Administração de Jogos Online. Pequim, China: Ministério da Cultura. Disponível em: <http://portal.soopat.com/Law/Content/3a4f921e-3341-468f-9ac8-d2e900a3ba20>. Acesso em: 16 de jun. 2021.

CHINA. Ministry of Culture of The People's Republic. **Public notice from the Ministry of Culture on regulation of the operation of online games and strengthening of post-regulation work**. Beijing, 5. dez. 2016. Disponível em: https://web.archive.org/web/20170515063101/http://www.mcprc.gov.cn:80/whzx/bnsjdt/whscs/201612/t20161205_464420.html. Acesso em: 16 jun. 2021.

CHINA. **Notice from the State Administration of Press and Publication on preventing minors from indulging in online games**. State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television of The People's Republic of China, 19 nov. 2019. Disponível em: <http://219.141.187.25/sapprft/contents/6588/407807.shtml>. Acesso em 16 jun. 2021.

Comissão de Jogos. **Onderzoeksrapport loot boxen**. Kansspel Commissie, Bélgica, abr. 2018. Disponível em: https://www.gamingcommission.be/opencms/export/sites/default/jhksweb_nl/documents/onderzoeksrapport-loot-boxen-final-publicatie.pdf. Acesso 16 jun. 2021.

CONSEQUI!! joguei Free Fire na china depois da atualização. Produção de Pedro Gelli. Brasil: Gelli Clash, 2018. 1 vídeo (11min59seg). Publicado pelo canal Gelli Clash. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OEXgy9RrL-M>. Acesso em: 16 jun. 2021.

DRUMMOND, Aaron; SAUER, James D. Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. **Nature Human Behaviour**, [s. l.], v. 2, n. 8, p. 530-532, ago. 2018. Disponível em: http://www.tascl.org/uploads/4/9/3/3/49339445/drummond_sauer_nhb_2018_loot_boxes.pdf. Acesso em: 16 maio 2021.

Entertainment Software Association. **VIDEO GAME INDUSTRY COMMITMENTS TO FURTHER INFORM CONSUMER PURCHASES**. Entertainment Software Association, EUA. 7 ago. 2019. Disponível em: <https://www.theesa.com/news/video-game-industry-commitments-to-further-inform-consumer-purchases/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

ESBR. **ESRB To Begin Assigning “In-Game Purchases” Label To Physical Video Games**. ESRB, EUA, 27 fev. 2018. Disponível em:

<https://www.esrb.org/blog/esrb-to-begin-assigning-in-game-purchases-label-to-physical-video-games/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

ESRB. Introducing a New Interactive Element: In-Game Purchases (Includes Random Items). ESRB, EUA, 13 abr. 2020. Disponível em: <https://www.esrb.org/blog/in-game-purchases-includes-random-items/>. Acesso: 15 jun. 2021.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Dos direitos básicos do consumidor. *In*: GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**: direito material e processo coletivo. Colaboração de Vicente Gomes de Oliveira Filho e João Ferreira Braga. 12. ed. rev., atual e ref. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 136-170. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

GAMEHALL. **Jogador gasta quase R\$ 2 mil em loot box de “Apex Legends”.** START - UOL, São Paulo. 20 fev. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2019/02/20/jogador-gasta-quase-r-2-mil-em-loot-box-de-apex-legends.htm>. Acesso em: 6 jun. 2021.

GAMING REGULATORS EUROPEAN FORUM. **Synthesis of the works carried on by GREF eGambling Working Group with regard to the implementation of the Declaration of gambling regulators on their concerns related to the blurring of lines between gambling and gaming.** [Londres]: GREF, 2019. Disponível em: https://www.gref.net/wp-content/uploads/2019/10/Synthesis_final-draft_v4_clean.pdf. Acesso em: 27 abr. 2021.

GAMEON. **FIFA Ultimate Team faturou US\$ 3 mil por minuto em 2020.** Terra. São Paulo, 28 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.terra.com.br/gameon/fifa-ultimate-team-faturou-us-3-mil-por-minuto-em-2020,6a5c0c18caef375a8d98739f50c67249qvj64gs3.html>. Acesso em: 15 jun. 2021.

HAAN, Luc. **Ficheiro**: Horizon Zero Dawn capa.png. Wikipedia, 2 fev. 2017. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Horizon_Zero_Dawn_capa.png. Acesso em: 15 mar. 2021.

HORIZON Zero Dawn: The Frozen Wilds. Playstation Store. Disponível em: https://store.playstation.com/pt-br/product/UP9000-CUSA01967_00-HZTHEFROZEN WILDS. Acesso em: 15 mar. 2021.

HENRY, Jasmine. **Game publishers offered better loot box odds to sponsored streamers.** GAMERANT, Quebec. 7 ago. 2019. Disponível em: <https://gamerant.com/ftc-loot-boxes-better-odds-sponsored-streamers/>. Acesso em: 8 jun. 2021.

KAIQUE, Edson. **Mesmo com problemas, ‘Cyberpunk 2077’ vendeu mais de 13,7 milhões de cópias em 2020.** Olhar Digital, São Paulo, 23 abr. 2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/04/23/games-e-consoles/cyberpunk-2077-vendeu-13-7-milhoes-de-copias>. Acesso em: 28 abr. 2021.

KLEINMAN, Zoe. **‘Meus filhos esvaziaram nossa conta bancária jogando Fifa’**. BBC NEWS - Brasil, Londres - Reino Unido, 11 jul. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-48948143>. Acesso em: 6 jun. 2021.

LARA, Luísa D. Entenda a ascensão da indústria de games. **Boletim Econômico**. Brasil, 22 jul. 2020. Disponível em: <https://boletimeconomico.com.br/entenda-a-ascensao-da-industria-de-games/>. Acesso em: 28 abr. 2021.

LUCCHESI, Fabiano; RIBEIRO, Bruno; **Conceituação de jogos digitais**. FEEC/Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2009. Disponível em: <https://www.dca.fee.unicamp.br/~martino/disciplinas/ia369/trabalhos/t1g3.pdf>. Acesso em: 15 de jan de 2022.

MAIKONDMB. **Ubisoft fala sobre as loot boxes em jogos**. GAME VICIO, Brasil, 14 nov. 2018. Disponível em: <https://www.gamevicio.com/noticias/2018/11/ubisoft-fala-sobre-as-loot-boxes-em-jogos/>. Acesso em: 14 jun. 2021.

MENDONÇA, Cássio Gonçalves. **Economia criativa e indústria de games no Brasil: uma análise dos instrumentos públicos de fomento ao setor**. 2018. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/193347/001089025.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 27 abr. 2021.

MARIS, Laiane; FANTINI, Eduardo; FELIPE, Luís. **A Regulamentação das Loot Boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar**. SBGames, Rio de Janeiro, XVIII SBGames. Out. 2019. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 10 de dez. de 2021.

NOGUEIRA, Pedro. **Opinião: está na hora de boicotar jogos com microtransações e loot boxes agressivas**. **Última Ficha**, Brasil. 12 set. 2019. Disponível em: <https://www.ultimaficha.com.br/2019/09/12/opiniao-esta-na-hora-de-boicotar-jogos-com-microtransacoes-e-loot-boxes-agressivas/>. Acesso em: 8 jun. 2021.

NOGUEIRA, João Paulo do Nascimento. **A Colaboração do Design em Microtransações em Jogos Freemium**. 2016. Dissertação (Mestrado em Design) - Programa de Pós-Graduação em Design, Instituto de Artes, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2016. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/22365/1/2016_Jo%C3%A3oPauloNascimentoLopesNogueira.pdf. Acesso em: 27 abr. 2021.

O QUE É LOOT BOX E PORQUE ALGUNS PAÍSES QUEREM PROIBIR ISSO NOS JOGOS. 2A.M. Gaming, Curitiba, out. 2019. Disponível em:

<https://blog.2amgaming.com/2019/10/o-que-e-loot-box-porque-proibir/>. Acesso em: 7 jun. 2021.

OLIVEIRA, Matheus Senna de. A monetização no universo dos games. **GameBlast**, Brasil, 20 jul. 2018. Disponível em: <https://www.gameblast.com.br/2018/07/monetizacao-universo-dos-games.html#:~:text=Caso%20o%20jogador%20opte%20pela,tem%20valor%20de%20110%20reais>. Acesso em: 16 maio 2021.

OLIVEIRA, Miguel. **EA defende loot boxes chamando de ‘Kinder Ovo’**. OVICIO, Brasil, 20 jun. 2019. Disponível em: <https://ovicio.com.br/ea-defende-loot-boxes-chamando-de-kinder-ovo/>. Acesso em: 12 jun. 2021.

PETRÓ, Gustavo. **Star Wars Battlefront 2 - Review**. IGN-Brasil, São Francisco - EUA, 29 de nov de 2017. Disponível em: <https://br.ign.com/star-wars-battlefront-2/55532/review/review-star-wars-battlefront-2>. Acesso em: 5 de jun de 2021.

RAPHAEL, Pablo. **Cyberpunk 2077 bateu recorde de vendas da CD Projekt RED**. The Enemy, Brasil, 19 abr. 2021. Disponível em: <https://www.theenemy.com.br/pc/cyberpunk-2077-recorde-vendas#:~:text=Mesmo%20com%20a%20repercuss%C3%A3o%20negativa,The%20Witcher%203%3A%20Wild%20Hunt>. Acesso em: 14 jun. 2021.

REIS, Gilvado dos. **Videogame: história, gêneros e diálogo com o cinema**. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo, Universidade de Marília, Marília, 2005. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp021061.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2021.

SARCINELLI, Arthur França. **Estímulos visuais de loja virtual e seu impacto no comportamento de compra de microtransações digitais em jogos eletrônicos**. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2019. Disponível em: http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_13724_ARTHUR%20FRAN%20SARCINELLI%20VF.pdf. Acesso em: 27 abr. 2021.

SALGADO, Jorge. **Campanha de marketing Cyberpunk 2077 será mais cara que a de the Witcher 3**. Euro Gamer, Portugal, 28 de maio de 2018. Disponível em: <https://www.eurogamer.pt/articles/2018-05-28-campanha-de-marketing-cyberpunk-2077-sera-mais-cara-que-a-de-the-witcher-3>. Acesso em: 28 de abr de 2021.

TAKAHARA, Victor Massashi. **Microtransações em jogos eletrônicos: um estudo sobre percepção dos usuários sobre os itens funcionais e ornamentais**. 2020. Dissertação (Mestrado em Economia) - Escola de Economia de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2020. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/29536/Disserta%c3%a7>

%c3%a3o%20Mestrado%20Victor%20Massashi%20Takahara.pdf?sequence=3&isAll
owed=y. Acesso em: 27 abr. 2021.

TAVARES, José Farias. Livro I - Parte Geral: Título III - Da Prevenção. *In:* _____.
(org.). **Comentários ao Estatuto da Criança e do Adolescente**, 8ª edição. São
Paulo: Grupo GEN, 2012. p. 72-74. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

YONEZAWA, Bruno. **‘Deixamos a ganância para os outros’, diz CD Projekt, sobre Cyberpunk 2077**. IGN - BRASIL, São Francisco - EUA, 20 nov. 2017.
Disponível em:
<https://br.ign.com/cyberpunk-2077/55703/news/deixamos-a-ganancia-para-os-outros-diz-cd-projekt-sobre-cyberpunk-2077>. Acesso em: 14 jun. 2021.

ZENDLE, David. **Problem gamblers spend less money when loot boxes are removed from a game: a before and after study of Heroes of The Storm**. **PeerJ**, [s. l.], v. 7, p. 1-14, out. 2019. <http://dx.doi.org/10.7717/peerj.7700>. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/336722003_Problem_gamblers_spend_less_money_when_loot_boxes_are_removed_from_a_game_A_before_and_after_study_of_Heroes_of_the_Storm/fulltext/5db8749ca6fdcc2128eb8ef2/Problem-gamblers-spend-less-money-when-loot-boxes-are-removed-from-a-game-A-before-and-after-study-of-Heroes-of-the-Storm.pdf?origin=publication_detail. Acesso em: 16 maio 2021.

ZENDLE, David; CAIRNS, Paul Antony. **Video game loot boxes are linked to problem gambling: results of a large-scale survey**. **PLOS ONE**, [San Francisco, California], v. 13, n. 11, p. 1-12, 21 nov. 2018.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214167>. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/329109153_Video_game_loot_boxes_are_linked_to_problem_gambling_Resuof_specific_features_such_as_cash-out_and_pay-to-win. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 102, p. 181-191, jan. 2020.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.003>. Disponível em:
https://eprints.whiterose.ac.uk/148267/1/CHB_Loot_Box_Features_Accepted.pdf.
Acesso em: 16 maio 2021.

ZENDLE, David; MEYER, Rachel; OVER, Harriet. **Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase**. **Royal Society Open Science**, [s. l.], v.6, p. 1-18, jun. 2019. <http://dx.doi.org/10.1098/rsos.190049>.
Disponível em: <https://royalsocietypublishing.org/doi/pdf/10.1098/rsos.190049>.
Acesso em: 16 maio 2021.