

A (IN)COMPATIBILIDADE DO MODELO DE “LOOT BOXES” COM O ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO.

PEDRO HENRIQUE PETRY¹; FERNANDO COSTA DE AZEVEDO²

Universidade Federal de Pelotas – pedro.h.petry@hotmail.com

Universidade Federal de Pelotas – fecoaze@ig.com.br

1. INTRODUÇÃO

A indústria de entretenimento mais rentável do mundo é a dos jogos eletrônicos, que movimenta bilhões de dólares todos os anos, sendo mais valiosa até mesmo do que a indústria do cinema e da música, por exemplo. Esses ambientes virtuais podem apresentar inúmeras práticas potencialmente abusivas contra jogadores/consumidores vulneráveis e hipervulneráveis.

Neste sentido, o debate mais atual acerca de potenciais abusos na indústria dos videogames, é sobre o “modelo das *loot boxes*”. As *loot boxes* ou caixas de recompensas, são itens virtuais passíveis de compra com dinheiro real ou virtual que através delas, o jogador pode receber outro item virtual dependente exclusivamente da sorte. Por causa dessa mecânica, esse modelo comercial assemelha-se bastante com os jogos de azar; por isso, é urgente que o Brasil discuta esse tipo de produto, pois esse pode representar riscos a direitos de milhões de consumidores.

2. METODOLOGIA

A pesquisa será desenvolvida através do método hipotético-dedutivo e utilizar-se-á um conjunto de proposições hipotéticas, as quais acredita-se adequadas para analisar o objeto da pesquisa. Para isso, a abordagem do objeto desta pesquisa jurídica será qualitativa e pretende-se se valer da bibliografia pertinente ao tema em foco.

O resumo estendido será organizado da seguinte maneira: primeiramente trabalhar-se-á o desenvolvimento inicial da indústria dos jogos eletrônicos, suas principais fontes de renda até chegar no modelo das *loot boxes*, que será melhor conceituado. Após isso, enfrentar-se-á a seguinte hipótese: se os jogos de azar são proibidos no Brasil, por que o modelo das *loot boxes* é permitido, além de apresentar o agravante de estarem inseridas em ambientes lúdicos muito frequentados por crianças e jovens?

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O primeiro jogo eletrônico lançado para o público foi em 1972, há quase 50 anos, e, mesmo assim, é uma parcela do entretenimento que sofre muitos preconceitos. Apesar disso, impactaram profundamente no jeito de brincar de crianças e adolescentes e de diversão de adultos. Conforme Cotonhoto e Rosseti (2016) a mídia digital tornou-se um elemento da cultura infantil, ou seja, cada vez mais crianças e adolescentes utilizam brincadeiras e formas de entretenimento dentro de ambientes digitais.

O precursor dessa mudança foi o jogo conhecido como “Tênis para dois”, criado em 1958 nos Estados Unidos em um computador analógico. Na tela do osciloscó-

pio, que é um instrumento de medidas de sinais elétricos apresentando gráficos a duas dimensões de um ou mais sinais, pequenas barras representavam as raquetes e um ponto representava a bola. Este jogo nunca saiu do laboratório, no qual verdadeiros cientistas trabalharam para desenvolvê-lo. Importante comentar sobre o “*Spacewar*”, jogo desenvolvido em 1962 por estudantes do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT). Os controladores nativos do computador PDP-1 não eram ideais, mas serviram de fonte de inspiração para os *joisticks*¹ atuais.

Em 1972, é lançado o primeiro jogo comercial de nome “*PONG*”, que apresentava premissa parecida com a do “Tênis para Dois”. Nesta história primitiva dos jogos eletrônicos, a visão ainda era lateral e o jogo ainda carecia de placar. Criado pelo engenheiro Ralph Baer, o jogo foi comprado pela Magnavox, construtora também do primeiro videogame doméstico: o *Odyssey*.

Ainda no mesmo ano, surge a ATARI, Inc, desenvolvedora do console de mesmo nome que, ajudou a popularizar ainda mais o jogo, em virtude de apresentar um produto mais acessível, barato e simples aos consumidores da época.

A partir de então, a evolução dos jogos eletrônicos toma uma velocidade incrível, poucos anos mais tarde, em 1983, a Nintendo, empresa japonesa de cartas de baralho, entra no mundo dos jogos e o *Famicom*, *family computer* (no resto do mundo conhecido por *Nintendo Entertainment System*, ou apenas NES) revoluciona ao trazer jogos como *Super Mario Bros*, *The Legend of Zelda* e *Donkey Kong*. Seu diferencial também foi ter sido um dos primeiros consoles a se apoiar em jogos produzidos por terceiros.

Já no Brasil, fenômenos muito importantes para a popularização desse tipo de entretenimento foram durante os anos 90. O plano real trouxe a equiparação do real com o dólar, os produtos importados foram muito barateados, ou seja, comprar um videogame, um jogo, uma televisão ou um computador ficou mais acessível para a classe média brasileira. E também, muito importante, foi o fenômeno mundial da globalização. A globalização e a tecnologia exerceram forte influência sobre os processos de socialização, de aquisição de bens e serviços e portanto, dos modos de entretenimento. (Gomes, 2013)

Com o avanço da indústria dos jogos, os métodos de monetização também mudaram e se aperfeiçoaram. Instituíram sistemas de vantagens virtuais como progresso mais rápido/facilitado, sistemas de mensalidades para jogos MMO (*Massively Multiplayer Online*²) como o grande sucesso *World of Warcraft*, no qual era necessário, além da compra do jogo, o pagamento mensal para que o jogador pudesse acessar sua conta (FIELDS, 2014).

Hoje em dia, existem inúmeras formas de monetização existentes no mercado. Porém, o modelo que merece atenção especial é o das microtransações, na qual o consumidor utiliza dinheiro real para comprar itens virtuais dentro do jogo. (KIM; HOLLINGSHEAD; WOHL, 2016). Dentro desses jogos, o jogo oferece uma loja virtual em que o jogador tem a sua disposição inúmeros tipos de produtos, vantagens para progressão, itens cosméticos que muda a roupa do personagem, muda o personagem, etc.

O tipo de item dentro dessas lojas virtuais que está gerando muitas discussões pelo mundo são as *loot boxes* ou caixas de recompensa, é o termo geral para um ou mais elementos do jogo que são inseridos em um videogame pelo qual o jogador adquire itens do jogo, seja pelo pagamento ou de graça, de forma aparente-

1 Dispositivo utilizado em jogos de computador ou vídeo, capaz de controlar o movimento de um cursor na tela, e de um ou mais botões capazes de comandar certas ações, ao serem pressionados.

2 Multijogador on-line de massa.

mente aleatória. Estes itens podem ser muito diversos, variando de personagens ou objetos a emoções ou características especiais. Este termo abrangente é baseado nas caixas de tesouro. (BELGISCHE KANSSPELCOMMISSIE, 2018)

O modelo de loot boxe de monetização se baseia em natureza jurídica como um contrato bilateral, visto que, gera obrigações para ambas as partes. Nessa reciprocidade, identifica-se também a onerosidade do contrato, pois ambos os contratantes obtêm proveito, ao qual corresponde um sacrifício. É um contrato consensual, porque se aperfeiçoa com o acordo de vontades. Não solene, pois a sua forma é livre. (GONÇALVES, 2020). É também um contrato de adesão, porque as cláusulas são estabelecidas unilateralmente pela empresa do jogo. E aleatório, porque uma das partes ocorre em risco. Bastando haver o fenômeno “álea” para uma das partes (PEREIRA, 2003, apud GONÇALVES, 2018,)

Como as caixas de recompensas fazem parte da classificação de contratos aleatórios, se aproximam com os contratos de jogo e de aposta. Ambos são disciplinados pelo Código Civil nos arts. 814 a 817 e condicionam o valor à incerteza de um evento futuro. A aposta está relacionada com pessoas, de opiniões discordantes, que condicionam certa quantia ou entrega de certo bem àquela cuja a opinião prevalecer em virtude de um evento incerto. No jogo há a participação ativa dos contratantes, da qual dependerá o resultado, o ganho ou perda. (DINIZ, 2018)

As condutas vedadas então, estão relacionadas com aquelas atividades que os resultados dependem exclusivamente da sorte (GAGLIANO; PAMPLONA FILHO, 2018), e por isso que os jogos ilícitos são chamados de jogos de azar.

As caixas de recompensas, portanto, podem ser classificadas como uma forma de jogo ilícita, porque os consumidores dependem exclusivamente da sorte para receber certo item. Além disso, o “modelo de *loot boxes*”, predominantemente, não traz nenhuma informação a cerca da probabilidade de cada item que o jogador pode receber, sendo uma grave afronta aos direitos básicos do consumidor, como o direito a informação previsto no Código de Defesa do Consumidor. Importante salientar que, os ambientes dos jogos eletrônicos é frequentado, em maioria, por crianças e adolescentes e que por essa razão, necessitam de uma adequação para que os direitos dos consumidores hipervulneráveis sejam respeitados.

Como as loot boxes estão presentes mundialmente e com elas, os problemas inerentes, o Brasil pode seguir o exemplo de outros países. A solução chinesa ficou marcada por determinar que todo produto vendido sob o modelo das loot boxes deve apresentar a informação quanto a probabilidade de cada item que pode ser encontrado nos bens continentais. Dessa forma, permitindo aos consumidores o direito da informação e uma avaliação do risco e recompensa.

Já em solo brasileiro, o Ministério Público pode ser um importante instrumento para a proteção dos consumidores de entretenimento interativo virtual. Pode requisitar informações, documentos... para que as empresas dos jogos deem explicações ao Estado brasileiro.

O Ministério da Justiça poderia também interferir nesse assunto para a proteção dos consumidores brasileiros. Podendo alterar a classificação indicativa dos jogos eletrônicos que vendem loot boxes, informar a presença dessa forma comercial de forma clara, precisa e adequada. Atualmente, a simples indicação de “compras online” é insuficiente para indicar essa problemática. Além disso, é muito importante que hajam estudos acerca desse tema, pois assim, políticas públicas eficazes podem ser elaboradas, a fim de, ao menos, diminuir os riscos e reduzir os danos aos consumidores brasileiros.

4. CONCLUSÕES

Os jogos eletrônicos já estão presentes na vida do brasileiro há bastante tempo. Através dos celulares, tablets, computadores ou consoles, representando um novo tipo de entretenimento interativo para crianças, adolescentes e adultos. Esses, assim como a tecnologia neles empregada, se desenvolvem com uma velocidade muito grande, como também, as suas formas de arrecadação.

O modelo das loot boxes representa uma inovação, apresentando particularidades que precisam ser analisadas pelas instituições competentes brasileiras, pois são incompatíveis com o ordenamento jurídico brasileiro, porque podem ser consideradas como uma espécie de jogo de azar. Se entendidas dessa maneira, devem ser banidas dos jogos ou ter importantes adequações como restrição apenas para adultos, informações claras, vendas separadas dos itens contidos nas *loot boxes*, etc.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELGISCHE KANSSPELCOMMISSIE [Belgian Gaming Commission]. a. **Onderzoeksrapport loot boxen**. Bélgica, 2018. Disponível em: https://www.gaming-commission.be/opencms/export/sites/default/jhksweb_nl/documents/onderzoeksrapport-loot-boxen-Engels-publicatie.pdf. Acesso em: 20 ago. 2021.

COTONHOTO, L. A., ROSSETTI, C. B. Prática de jogos eletrônicos por crianças pequenas: o que dizem as pesquisas recentes?. **Revista Psicopedagogia**. São Paulo, vol.33, n.102, 2016.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, volume 3: teoria das obrigações contratuais e extracontratuais**. 34 ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

FIELDS, Tim. **Mobile & Social Game Design: Monetization methods and mechanics**. Flórida: Crc Press, 2014, p. 21.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil, volume 4: contratos**. 1ª ed. unificada. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

GOMES, S. S. Brincar em tempos digitais. **Presença Pedagógica**. v.19, n.113, set/out, 2013

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro, volume 3: contratos e atos unilaterais**. 15 ed. São Paulo, 2018.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil 2: Contratos em espécie; Direito das Coisas**. 8 ed. São Paulo, 2020

KIM, Hyoun S.; HOLLINGSHEAD, Samantha; WOHL, Michael J. A.. **Who Spends Money to Play for Free? Identifying Who Makes Micro-transactions on Social Casino Games (and Why)**. [S.l.], *Journal of Gambling Studies*, v. 33, n. 2, p.525-538, 2016.