

FACULDADE MERIDIONAL – IMED
ESCOLA DE DIREITO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM DIREITO – PPGD
MESTRADO EM DIREITO

Luis Paulo Bressan Pasinato

OS DIREITOS INFANTOJUVENIS FRENTE AO MERCADO DE JOGOS
ELETRÔNICOS

Passo Fundo, RS
2022

CIP – Catalogação na Publicação

P282d PASINATO, Luís Paulo Bressan
Os direitos infanto-juvenis frente ao mercado de jogos eletrônicos /
Luís Paulo Bressan Pasinato. – 2022.
89 f., il.; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade IMED, Passo
Fundo, 2022.

Orientador: Prof. Dr. Felipe da Veiga Dias.

Coorientador: Prof. Dr. Iuri Bolesina.

1. Direito da criança e adolescente. 2. Direito do consumidor. 3.
Jogos digitais. I. DIAS, Felipe da Veiga, orientador. II. BOLESINA,
Iuri, coorientador. III. Título.

CDU: **347.4**

Catalogação: Bibliotecária Angela Saadi Machado - CRB 10/1857

Luis Paulo Bressan Pasinato

OS DIREITOS INFANTOJUVENIS FRENTE AO MERCADO DE JOGOS
ELETRÔNICOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* – Mestrado em Direito – da Faculdade Meridional – IMED, em sua área de concentração Direito, Democracia e Tecnologia, na Linha de Pesquisa II - Dimensões Jurídico-políticas da Tecnologia e da Inovação como requisito à obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Felipe da Veiga Dias

Coorientador: Prof. Dr. Iuri Bolesina

Passo Fundo, RS

2022

Autor: Luis Paulo Bressan Pasinato

Luis B.P

Título: OS DIREITOS INFANTOJUVENIS FRENTE AO MERCADO DE JOGOS ELETRÔNICOS.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* – Mestrado em Direito – da Faculdade Meridional – IMED, em sua área de concentração em Direito, Democracia e Tecnologia, Linha de Pesquisa Dimensões Jurídico-Políticas da Tecnologia e da Inovação, e aprovada pela banca examinadora.

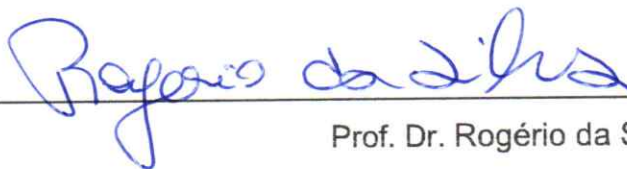
Passo Fundo, RS, 31 de março de 2022.



Prof. Dr. Felipe da Veiga Dias – IMED - Orientador



Profª. Drª. Leilane S. Grubba – IMED



Prof. Dr. Rogério da Silva – UPF

RESUMO

A pesquisa que segue tem como temática de forma mais ampla os direitos infantojuvenis frente as práticas de microtransações encontradas atualmente em jogos de eletrônicos, em especial naqueles jogos disponibilizados para computador e consoles de videogame. O problema a ser discutido e que se pretende resolver é o seguinte: quais os tipos de práticas que são abusivas da condição jurídica de vulnerabilidade da infância presente em jogos eletrônicos e como o sistema de proteção infantojuvenil opera, suficiente ou insuficientemente, diante de tais práticas? E como hipótese contém: os mecanismos de proteção de vulneráveis, em especial de infantes e adolescentes permitem práticas abusivas por parte da indústria de jogos eletrônicos, sendo tais mecanismos, incluindo a classificação indicativa, insuficientes para operacionalizar o dever de proteção do Estado devido a esse público. Nesse sentido o objetivo geral é o que segue: o objetivo central da pesquisa será analisar de que forma os mecanismos de proteção de vulneráveis dentro do contexto de jogos eletrônicos possam apresentar dissonâncias com a realidade, e práticas que possivelmente possam vir a ferir os direitos desses, apresentando quais as práticas e o direito, bem como o que torna possível essa violação. Sendo os objetivos específicos os seguintes: identificar os tipos de práticas que parasitam a vulnerabilidade infantil presentes nos games (*gacha, lootbox, pay-to play, pay -to-win, pay-to-up, etc.*) e, conceituar e delimitar o alcance jurídico da classificação indicativa perante os conteúdos desses jogos, desse modo afetando o público infante juvenil, bem como analisar outros mecanismos de proteção perante conteúdos de jogos a partir do dever de proteção do Estado. Por fim demonstrar e avaliar as dissonâncias que permitem a violação de direitos dentro do sistema de proteção perante as práticas potencialmente abusivas em jogos eletrônicos. Sobre a metodologia, será utilizado o método dedutivo, com procedimento monográfico e sobre a técnica de pesquisa que será utilizada é a documentação indireta com ênfase bibliográfica, sendo utilizado livros, artigos e pesquisa de dados, entre outros, a fim de responder a hipótese já citada. A pesquisa se justifica essencialmente por abordar tema contemporâneo, sendo os jogos eletrônicos um grande fenômeno que vem crescendo anualmente tanto em receita quanto em custo, o que por si faz que os mesmos tenham adotado práticas comerciais distintas desde a primeira vez que foram introduzidos no mercado além da especificidade do tema e da inovação, pois discute práticas comerciais que surgiram recentemente, onde poderá ser debatido se algumas delas constituem ou não uma espécie de “jogo de azar” o que levaria implicações jurídicas tanto na classificação indicativa de alguns itens, quanto na possível violação de direitos por parte de produtoras de jogos. A presente pesquisa se insere na área de concentração de Direito, Democracia e Tecnologia, e na linha de pesquisa Dimensões Jurídico-políticas da Tecnologia e da Inovação, ao explorar demanda latente no campo jurídico-tecnológico com impacto social significativo sobre o público infante. Em síntese a primeira parte é descritiva, mostrando ao leitor os conceitos centrais bem como expondo as razões por quais bens virtuais se distinguem de outros e os motivos pelos quais possuem valor enquanto a segunda parte busca expor o direito e o funcionamento dos mecanismos de proteção brasileiros. Como conclusão é possível destacar que há insuficiência nos mecanismos de proteção brasileiros, tanto pelo fato de não incluírem as práticas abusivas como critérios para avaliação de conteúdo na classificação indicativa bem como de deixar a operacionalização de tais práticas mesmo quando infringem de modo claro a lei.

Palavras-chave: Direito. Direito da Criança e do Adolescente. Direitos do Consumidor Jogos eletrônicos. Microtransações. Tecnologia.

ABSTRACT

The research that follows has as its theme, in a broader way, the rights of children and youngsters in face of microtransaction practices currently found in electronic games, especially in those games made available for computers and videogame consoles. The problem to be discussed and to be resolved is the following: What are the types of practices that are abusive of the legal condition of childhood vulnerability present in electronic games and how the child and youth protection system operates, sufficiently or insufficiently, in the face of such practices? And as a hypothesis it contains: the mechanisms to protect the vulnerable, especially children and youngsters, allow abusive practices on the part of the electronic game industry, and such mechanisms, including the indicative classification, are insufficient to operate the State's duty of protection due to this public. In this sense, the general objective is as follows: the central objective of the research will be to analyze how the mechanisms of protection of vulnerable people within the context of electronic games may present dissonances with reality, and practices that may possibly come to harm the rights of these , presenting the practices and the law, as well as what makes this violation possible. The specific objectives being the following: identify the types of practices that parasitize child vulnerability present in games (gacha, lootbox, pay-to-play, pay-to-win, pay-to-up, etc.) legal scope of the indicative classification in relation to the contents of these games, thus affecting the children's public, as well as analyzing other mechanisms of protection in relation to the contents of games based on the State's duty of protection. Finally, demonstrate and evaluate the dissonances that allow the violation of rights within the protection system against potentially abusive practices in electronic games. On the methodology, the deductive method will be used, with a monographic procedure and on the research technique that will be used is the indirect documentation with bibliographic emphasis, using books, articles and data research, among others, in order to answer the hypothesis already cited. The research is essentially justified by approaching a contemporary theme, with electronic games being a great phenomenon that has been growing annually both in revenue and in cost, which in itself makes them have adopted different commercial practices since the first time they were introduced on the market. in addition to the specificity of the theme and innovation, as it discusses commercial practices that have emerged recently, where it can be debated whether or not some of them constitute a kind of "game of chance", which would have legal implications both in the indicative classification of some items, and in the possible infringement of rights by game producers. The present research is part of the area of concentration of Law, Democracy and Technology, and in the line of research Legal-Political Dimensions of Technology and Innovation, by exploring latent demand in the legal-technological field with significant social impact on the infant public. In summary, the first part is descriptive, showing the reader the central concepts as well as exposing the reasons why virtual goods are distinguished from others and the reasons why they have value while the second part seeks to expose the law and the functioning of Brazilian protection mechanisms. . As a conclusion, it is possible to highlight that there is insufficiency in Brazilian protection mechanisms, both because they do not include abusive practices as criteria for content evaluation in the indicative rating, as well as because they leave the operation of such practices even when they clearly violate the law.

Keywords: Children's and Adolescents' Law. Consumer Rights Electronic Games. Microtransactions. Technology.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 JOGOS ELETRÔNICOS E PRÁTICAS MERCANTIS, UMA VISÃO DO CAPITALISMO EM JOGOS DIGITAIS.....	11
2.1 O CAPITALISMO E OS MODELOS DE NEGÓCIO NOS JOGOS ELETRÔNICOS.....	11
2.2 JOGOS, PRÁTICAS COMERCIAIS E A ÉTICA NEOLIBERAL: OLHOS SOBRE O MERCADO DE BENS DIGITAIS.....	23
3 JOGOS ELETRÔNICOS E AS CONSEQUÊNCIAS JURÍDICAS A AGENTES VULNERÁVEIS.....	35
3.1 COMÉRCIO DE JOGOS ELETRÔNICOS E O CONSUMIDOR COMO ALVO: ARTICULAÇÕES NA DEFESA DE DIREITOS.....	35
3.2 A PROTEÇÃO JURÍDICA OFERECIDA AOS CONSUMIDORES DIANTE DAS PRÁTICAS PREDATÓRIAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS: COMO OS CONSUMIDORES SÃO LESADOS.....	48
3.3 CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA E A PROTEÇÃO JURÍDICA DA INFÂNCIA EM FACE DOS JOGOS ELETRÔNICOS: O DEVER DE PROTEÇÃO DO ESTADO.....	64
4 CONCLUSÃO.....	84
REFERÊNCIAS.....	88

1 INTRODUÇÃO

A dissertação que segue tem como temática os jogos eletrônicos e suas formas de monetização, bem como os direitos infantojuvenis diante desse cenário de onde se criaram métodos que são muito possivelmente abusivos da condição de vulnerabilidade encontrada nessas pessoas. O problema da pesquisa é quais os tipos de práticas são abusivas da condição jurídica de vulnerabilidade da infância presentes nos jogos eletrônicos e como o sistema de proteção infantojuvenil opera, suficiente ou insuficientemente, diante de tais práticas? Há de auferir, portanto, se são ou não os mecanismos de proteção suficientes para atingir o objetivo de proteger o adolescente, apontando possíveis dissonâncias no funcionamento de tais mecanismos e previsões.

Partindo da premissa que essas práticas podem vir a ferir direitos fundamentais desses jovens se faz necessário examinar mais a fundo mecanismos como o *gacha* e as *lootboxes*, abrindo uma discussão se elas de fato se assemelham ou não a jogos de chance, tendo assim impactos negativos no livre desenvolvimento dessas pessoas. Buscar-se-á examinar alguns dos sistemas de proteção do Estado brasileiro desde o Código de Defesa do consumidor até a classificação indicativa dos jogos para averiguar se de fato conseguem proteger de forma suficiente os direitos e interesses dos jovens.

Quanto a classificação indicativa, é essencial averiguar mais profundamente o guia prático, o qual é essencial por expor o regramento dessas matérias, onde, por exemplo, se extrai a informação de que ela é norma para tutelar os direitos de liberdade de expressão e de proteção à infância e juventude, onde o Estado assume para si a responsabilidade de classificar e orientar, estabelecendo parâmetros para as produções audiovisuais, onde se incluem os jogos eletrônicos. Segundo o próprio manual, a classificação indicativa busca exercer sua função de forma democrática e objetiva, onde se fazem as divisões de faixa etária.

Também se faz importante ressaltar que a pesquisa guarda coerência com o PPGD IMED, filiando-se a esse em sua área de concentração de Direito, Democracia e Tecnologia, e pretende ser feita de forma que toda a comunidade acadêmica possa partilhar de seus resultados, o que torna importante a obtenção desses. Ademais, a proposta está inserida na linha de pesquisa Dimensões Jurídicas da Tecnologia e da Inovação, de modo que explora as conexões entre o campo tecnológico e jurídico, a fim de ofertar contribuição significativa a proteção social de

sujeitos vulneráveis. Por fim, a pesquisa torna-se mais importante pois os jogos são produtos consumidos por grande parte dos lares sendo positivo apurar se há necessidade de alterar ou incluir alguns critérios da classificação indicativa para que os responsáveis possam auferir de forma mais precisa o que gostariam ou não de expor aos seus tutelados, fazendo assim da pesquisa algo de relevância social.

Expondo um pouco do contexto, é possível destacar entre outras coisas que jogos eletrônicos muito se diferem dos jogos que os antecederam, apesar de herdarem sim muitos conceitos centrais de funcionamento. Com a passagem da segunda guerra mundial para a guerra fria inicia-se uma nova era de produções culturais e os jogos eletrônicos nascem nesse período tão peculiar de tensões mundiais. Não é por nada que jogos eletrônicos surgem em países ocidentais e orientais e cada um desses jogos acabam marcados por diferenças culturais significativas, como é o caso do Tetris desenvolvido na União Soviética, onde hoje se situa a Rússia. Até os dias atuais o jogo mencionado possui uma base fiel de jogadores que se divertem com a música, a jogabilidade e as mecânicas que estão incorporadas e fazem dele algo único. Sabe-se que a guerra fria chegou ao fim e muitos acontecimentos importantes entraram como marcos dentro da história, no processo em que a globalização começa a difundir a cultura e ofertar os produtos culturais de modo tão rápido, que qualquer ser humano que vivesse antes desse período seria capaz de imaginar.

Nesse contexto de aldeia global os jogos foram se difundindo e foram tornando-se cada vez mais populares entre as diversas faixas etárias, atravessando não somente gerações como também culturas e fronteiras, de modo que não é mais possível dissociar os jogos do mercado globalizado, uma vez ofertados raramente se veem jogos sendo disponibilizados exclusivamente para um único país. Na verdade, as técnicas de restringir acesso aos jogos se mostram pouco efetivas uma vez que a tecnologia permite entre outras coisas transpor barreiras, sejam elas feitas por governos ou particulares. O Japão, por exemplo, tem vários jogos destinados ao seu público peculiar e as vezes mesmo tendo diferenças marcantes de idioma, cultura e até o uso de bloqueio regional há jogadores vindos de outros países e continentes buscando se integrar e se divertir desafiando as barreiras postas. E inclusive é no Japão e fruto da cultura japonesa o que se conhece hoje por *gacha*, que é um fator/prática que fora incluída no ocidente principalmente por meio das *lootboxes*, que serão tratadas mais a fundo ao decorrer do trabalho.

Jogos hoje permitem várias coisas, entre elas a posse de bens digitais, que se destacam cada vez mais como bens desejados e cobiçados tanto pela população mais rica quanto pela parte da população que pretende enriquecer visto o potencial imenso que possuem em gerar valor. Não é à toa que entre investidores, jogadores de futebol e outras pessoas que possuem renda alta os tokens não-fungíveis viraram uma verdadeira febre, fato que para o público externo aparenta não possuir qualquer explicação. Apesar de que se deve ponderar os aspectos de cada tecnologia, se verá que de fato bens digitais, incluindo aqueles que estão inseridos nos jogos possuem valor e utilidade prática. As vezes se fazem perguntas sobre o que leva um colecionador pagar cifras na faixa dos milhões por um cosmético dentro de um jogo eletrônico. Esse fato não está atrelado somente a sua raridade, como alguns pensam, nem mesmo ao valor emocional, como apontam outros. Entre as utilidades de se possuir bens digitais dentro de jogos estão a manutenção de patrimônio em face da inflação, especulação financeira bem como fins fiscais, esses, mais complexos do que se pode deduzir em um primeiro momento. De qualquer modo bens digitais são quistos e vistos como o futuro da economia global, sejam eles livros, jogos ou itens dentro de jogos ou até mesmo aplicativos para celular. É bem verdade que se disponibiliza hoje em meio virtual a maior parte dos bens de consumo (incluindo os físicos) e esse cenário não parece que mudará em breve.

Em que pese o mundo ser dotado de mais incertezas do que certezas e de que muitas tecnologias irão de fato morrer e dar lugar a outras, havendo perdas irreparáveis tanto financeiras quanto culturais é importante tentar contribuir com os problemas gerados pela tecnologia. Acreditar que tudo se resolverá no tempo certo pode ser um bom conselho pessoal, mas não serve para a tecnologia. É tentando contribuir com a resolução de problemáticas ocasionadas pela tecnologia ao direito que se dedica o presente trabalho, no qual se pretende agregar a discussão dos estudos baseados em jogos eletrônicos de modo que possa se entender melhor o que são, e as razões pelas quais tais estudos são importantes. Por isso, se buscará demonstrar ao longo do trabalho os impactos e os desafios que essas tecnologias trazem e como se pode criar abordagens melhores para problemas já existentes, os quais entende-se que não estão sendo tratados da forma que deveriam ser.

2 JOGOS ELETRÔNICOS E PRÁTICAS MERCANTIS, UMA VISÃO DO CAPITALISMO EM JOGOS DIGITAIS

2.1 O CAPITALISMO E OS MODELOS DE NEGÓCIO NOS JOGOS ELETRÔNICOS

Para se ter noção de como um produto se estrutura e se mantém ativo no mercado cada vez mais fluído e frenético que faz parte do capitalismo de hoje é necessário estabelecer um contexto de espaço e de tempo onde tal está inserido. No caso dos jogos eletrônicos, que em suma se originaram a partir dos outros jogos como o xadrez, damas, Go, e de esportes tradicionais, como o futebol, o tênis e o boxe, por exemplo, acabam surgindo pelo final da década de 1960 e início da de 1970 onde há um período de forte concorrência no setor tecnológico, e a ascensão do capitalismo por meio de políticas que viriam a ser conhecidas por neoliberais, em especial em países como Estados Unidos e a Inglaterra. Obviamente, não é somente nesses países que se desenvolveram os jogos eletrônicos, mas o desenvolvimento dos mesmos será marcado eternamente por dito contexto temporal, político e econômico, visto que nada é feito em um vácuo cultural, e tanto é verdade que a maioria dos jogos dessa época incorporam a guerra e posteriormente a fantasia como características ou enredo (EGENFELDT-NIELSEN; SMITH; TOSCA, 2016, p. 63).

Sabendo disso, não se deve negligenciar a influência dos jogos de fantasia do tipo *RPG* (jogo de representação) de tabuleiro para o desenvolvimento dos modernos jogos eletrônicos, pois neles se encontravam temáticas e mecânicas, bem como regras que inspiram até hoje empresas e criadores de jogos, como é o caso de *Dungeons and Dragons* de 1974, e que geraram como consequência direta os *RPGs* online massivos, muito importantes na popularização dos videojogos de computador. Quanto aos possíveis primeiros jogos eletrônicos é difícil dizer com exatidão qual seria o grande pioneiro, mas sabe-se de que alguns jogos como *Spacewar* e *Pong* são fundamentais para o sucesso desse tipo de produto, pois abriram caminho para o desenvolvimento do gênero *Arcade*, jogos tipicamente curtos jogados em máquinas onde se inseria uma moeda por uma sessão. Nesse quesito, *Pong* que tinha como jogabilidade duas faixas que rebatiam uma bola, como um jogo de pingue-pongue virtual, conseguindo arrecadar milhões e fazer da Atari uma precursora nesse setor do entretenimento (EGENFELDT-NIELSEN; SMITH ; TOSCA, 2016, p. 70).

A ideia de que jogos são reflexos culturais não é recente, sendo que o autor Marshall McLuhan já havia manifestado o pensamento de que jogos são de fato uma espécie de arte popular, uma verdadeira extensão do homem em sua característica criativa e social pelo final da década de 1960. Mas há outro problema que se deve perpassar para que se consiga entender o fenômeno dos jogos eletrônicos: o próprio conceito de jogo. Nesse sentido o autor Jesper Juul criou um sistema de jogo clássico para reconhecermos o que é ou não é um jogo, em que pese seja uma tarefa árdua definir todos os possíveis jogos em um conceito só, (por isso prefere-se usar da denominação de jogos tradicionais ou clássicos) esse sistema seria composto pelo seguinte: regras fixas, resultado variável, valorização de resultados, esforço do jogador, vínculo do jogador com o resultado, negociabilidade de consequências. Alguns exemplos de jogos que fogem a regra, e se distinguem do conceito são os conhecidos *sandbox* (caixa de areia) onde não há um objetivo específico, e portanto o jogador deve criar seus próprios objetivos (EGENFELDT-NIELSEN; SMITH ; TOSCA, 2016, p. 48).

Entendendo essas noções iniciais, parte-se para o próprio processo de criação de jogos eletrônicos, visto que são produtos, logicamente com suas distinções, mas ainda assim, dependem de uma lógica de cadeia produtiva, na qual são feitos para não somente divertir e agradar, mas principalmente para gerarem lucros e assim girar a roda da economia. Como fora visto, inicialmente jogos eletrônicos eram monetizados por meio de compra de fichas para jogá-los, geralmente em um curto espaço de tempo e em máquinas próprias para isso. Mas acontece que parte da popularização dos jogos se dá com os consoles de primeira geração onde poderiam ser jogados em casa, após serem comprados. Esse processo inaugura um segundo momento na criação de videojogos, onde os jogos eram feitos e comercializados por um valor fixo conjuntamente com o console, para uso pessoal, e não coletivo, como era o caso das máquinas de fichas. Neste caso, um pioneiro foi o console Magnavox Odyssey que realizou uma revolução silenciosa, onde as pessoas podiam fazer da TV algo interativo pela primeira vez na história (MELISSINOS; O'ROURKE, 2012, p. 15).

Houve então o desenvolvimento de novos jogos, mais complexos, o que transformou por vez a monetização desses determinados produtos, pois agora os jogos eram desenvolvidos e distribuídos separadamente do console, o que cria uma série de problemas de ordem econômica, pois agora não era mais garantido que esses jogos atenderiam o crescente e exigente mercado do entretenimento, que se formava e transformava em um sistema cada vez mais competitivo e complexo. Havia jogos

exclusivos para determinado modelo de console, outros que eram compartilhados entre dois ou mais consoles, entre vários outros espaços de decisões importantíssimas para que o produto se tornasse um sucesso de vendas. O aporte de capital para iniciar o desenvolvimento ficou cada vez maior, há limitações técnicas e também de possibilidades, o que somado tornou a criação de jogos eletrônicos algo muito distinto dos demais setores do entretenimento, como os filmes e mais especificamente as animações, essas que usam da computação gráfica para serem desenvolvidas, mas são radicalmente diferentes de um videogame (SCHREIER, 2017, p. 11).

Schreier (2017) pontua um pouco do que pensa ser a dificuldade inerente de desenvolver jogos eletrônicos, o que por sua vez explica o seu custo de produção, que pode explicar a razão pela qual se modificou ao longo dos tempos a maneira de monetizá-los. O primeiro motivo é o fato de serem interativos, o que faz que o sistema necessite simular em tempo real as imagens gráficas, de salvar dados e usá-los em outro momento sem perder nenhuma informação relevante, além de calcular com as regras o que é possível ou não fazer. A segunda razão se dá pela inovação constante da tecnologia, com a qual os jogos devem estar atentos, sendo a evolução dos computadores (*hardware*) essencial para o bom funcionamento dos programas (*software*). Após, vem a questão das ferramentas, visto que há várias maneiras diferentes de criar um videogame, sendo utilizados diversos programas diferentes muitas vezes dentro da mesma empresa, nesse caso necessitando que a mão de obra se capacite cada vez mais para se adequar a realidade do mercado. O quarto ponto é a inconstância no tempo de desenvolvimentos dos jogos eletrônicos, fazendo que seja quase impossível calcular quanto tempo levará para tirar um produto do papel e transformá-lo em produto final. Por fim, é impossível saber que o jogo é divertido antes de terminar de produzi-lo, o que torna muito difícil saber se o jogo será ou não bem-sucedido.

Fato é que os jogos eletrônicos já não são monetizados pela venda pura e simples dos mesmos, pois recorrem a vários mecanismos distintos para gerar lucros, como foi o caso das mensalidades nos jogos tipo *MMORPG* (Jogo multijogador massivo de interpretação) onde o jogador paga para jogar por um determinado período de tempo, ou seja, se dá um prazo para jogar, mas o grande salto foi o que surgiu com os mercados paralelos dentro desses *MMOs*, onde cabe uma colocação pontual: muitos desses jogos tinham uma economia quase livre de intervenção por parte dos desenvolvedores, mas existiam regras quanto a venda de itens dentro do

jogo por dinheiro real, o que era visto inicialmente com maus olhos pela maioria das empresas, pois se concediam benefícios indevidos a determinados jogadores dispostos a pagar, como por exemplo, personagens ou itens digitais. Apesar de não haver uma ligação direta, propriamente dita, com a revolução da monetização de jogos, foi ali um campo de testes para o que viriam a ser as microtransações (FIELDS, 2014, p. 22).

Microtransações, de modo muito simples, tinham como significado um pequeno pagamento feito ou por conteúdo adicional em jogos eletrônicos ou por um aplicativo para dispositivo móvel, como um celular, por exemplo. Mas defende-se a ideia de que a definição das mesmas hoje sejam feitas de modo a sua destinação e não sobre seu valor, desse modo podem haver microtransações de imenso valor, embora possa parecer um contrassenso. Em síntese, tratar-se-á a ideia de microtransação como uma compra feita por conteúdo adicional dentro de determinado jogo eletrônico, que será o foco, não importando para caracterizar ou não a microtransação o valor, mas sim a relação de dependência da microtransação com o produto principal (TOMIC, 2019, p. 18).

Essas compras acessórias na maioria das vezes acabam sendo de valor acessível para a maior parte dos usuários, embora hajam também algumas propositalmente feitas para serem exclusivas, isso dependerá muito do modelo de negócio adotado por determinada empresa, que poderá decidir se quer angariar recursos por meio de vendas massivas ou por meio de vendas de alto valor e exclusividade, ou se adotará ambos modelos ao mesmo tempo. Um modelo muito comum é oferecer um jogo gratuitamente, e cobrar para dar acesso a novas fases ou níveis, o que ocorre muito em jogos mobile. Também há uma prática comum nesses mesmos jogos que é a disponibilização do jogo com anúncios e a cobrança para obter uma versão mais limpa, uma tática bastante eficiente, pois aproveita da fidelização do cliente, e que se apoia pelo menos em dois efeitos: no primeiro o jogador se incomoda com os anúncios, ficando frustrado, e pode tender a pagar para evitar esse mal certo e corriqueiro, e no segundo gerar o sentimento de gratidão por receber de graça o produto, o que pode causar um gatilho de reciprocidade, muito natural do ser humano, após jogar por muito tempo e ter certo carinho pelo produto (TOMIC, 2019, p. 18).

Outro método é o fator cosmético, onde não há uma alteração substancial do produto, mas uma alteração de design, o qual pode-se encontrar nos jogos em diversas maneiras: em um jogo mobile, pagar para usar o tema escuro, ou em um jogo tradicional de console, uma roupagem nova para o personagem, ou em um jogo feito

para computador, o acesso a novas vozes ou um elemento que reproduza uma característica do próprio jogador, ou de seu desejo. É notório que microtransação é um termo amplo, pois pode se apresentar de diversos modos, alguns desses serão expostos com a denominação e suas características, para que se possa diferenciá-los (TOMIC, 2019, p. 19).

2.1.1 Algumas definições de práticas e microtransações

Lootbox: Essa modalidade de microtransação se caracteriza pela compra de uma “chance”, ou seja, é um meio intermediador entre o cliente e o produto, e em uma tradução significa caixa de recompensas, pelo fato de que se assemelha a um verdadeiro pacote, podendo conter um ou mais itens para o jogador. De modo geral *lootboxes* apresentam a possibilidade de ganhar algo com uma determinada porcentagem de chance, o que implica que o fator sorte entra na equação. Muitos itens são obtidos exclusivamente nessas caixas, podendo serem de natureza cosmética, ou uma vantagem, e o grande atrativo desse jeito de monetizar os jogos é que pode-se obter um bem imaterial de grande valor monetário ou de verdadeira raridade, apesar de que, na maioria das vezes quem aposta nesse tipo de microtransação sai perdendo, pois a chance de ganhar algo de valor inferior ao posto na compra ou desbloqueio da caixa é geralmente muito maior, visto que são estruturados para fornecer lucro as empresas de jogos. Muito se critica tal prática, pois se alicerça em um comportamento compulsivo onde o jogador é incentivado a adquirir cada vez mais, se assemelhando quase a uma forma de jogo de azar, onde muitas vezes quem faz a compra ou uso das caixas são crianças, que em tese, não deveriam estar expostas a esse tipo de incentivo predatório (KING; DELFABBRO, 2018, p. 2).

Lootboxes estão constantemente sendo encontradas em jogos recentes pelo alto lucro que geram, não só por aproveitar de comportamentos que são potencializados pelo cenário competitivo da sociedade, mas também por gerar o sentimento de aprisionamento, onde o jogador gasta tanto que pensa que é melhor não abandonar o jogo pois terá perdido muito dinheiro para apenas deixar de jogar, e assim estará suscetível a uma próxima compra, ou servirá caso não comprar mais nada para manter o jogo relevante, e aqui cabe uma observação: as empresas se deram conta que ter uma taxa alta de jogadores mesmo que façam poucas compras ou compras de baixo valor é muito mais importante do que aqueles jogadores que gastam inicialmente uma quantia grande de dinheiro para adquirir o jogo e depois

nunca mais jogarão esse determinado produto, pois assim a empresa pode monetizar várias coisas, como os dados que coletam, ou o marketing gratuito feito por *streamers* (pessoas que transmitem o jogo), ou até mesmo o tempo gasto para oferecer anúncios de parceiros, quando for o caso. De qualquer sorte, sabe-se que ter um jogo vivo e com uma base de jogadores saudável gera um cenário competitivo que induz compras, e por isso cada vez mais surgem jogos oferecidos de graça e somente monetizados via microtransações (KING; DELFABBRO, 2018, p. 2).

Pay-to-win: Em tradução literal tem o significado de “pague para ganhar”, e de maneira muito sintética é isso o que define esse modelo de microtransação, a compra de uma vantagem sobre o jogo. Essa modalidade de microtransações pode compreender diversas coisas, como uma arma mais poderosa para um jogo onde isso faz diferença, ou até mesmo a possibilidade de ganhar algum bônus que outro jogador não consegue sem pagar, fazendo o sucesso do jogador ser mais provável dada a efetuação dessa compra em relação a um jogador que não adquiriu vantagem alguma. Nesse modelo usualmente explora-se a competitividade entre jogadores, para impulsionar as vendas desses mecanismos *premium* (ZENDLE; MEYER; BALLOU, 2020 p. 1).

Muitas vezes esse sistema faz uso das *lootboxes*, como é o caso dos mais recentes jogos da saga FIFA, simulador de futebol. Nesse jogo em específico há a mistura da sistemática *P2W* com os *lootboxes* da seguinte forma: o jogador é incentivado a comprar caixas que contém cartas aleatórias, cada uma representando um jogador distinto, e não há garantia nenhuma que obtenha, por exemplo, um jogador de alto nível como Cristiano Ronaldo. Para jogar o modo multijogador competitivo, o jogador monta seu time com as cartas obtidas, e é natural que saia em desvantagem em face de outro jogador que comprou mais cartas ou teve mais sorte em obter melhores jogadores para compor seu plantel. Nesse caso específico há uma modalidade mais velada do *pay-to-win* pois o jogador não depende só de dinheiro, mas também de sorte, mas é ainda comum em alguns jogos a venda direta de vantagens pontuais, apesar de que isso gera duas classes de jogadores e muitas vezes cria um estigma com aqueles que pagam, o que fez muitas empresas partir para modelos de microtransações mais sutis e velados, embora igualmente lucrativos. (FIELDS, 2014, p. 45).

Pay-to-play e Pay-to-Progress: Essas modalidades são conhecidas por andarem juntas e significam pague para jogar e pague para progredir, respectivamente. Na primeira se paga para ter acesso a um conteúdo do jogo, que

geralmente é exclusivo para os usuários pagantes e a segunda é o pagamento para progredir mais rapidamente. Pode-se visualizar um modelo pague para jogar em alguns *MMORPGS* que cobravam um valor, seja uma subscrição ou um pagamento que traz conteúdo em caráter permanente, que compreendia o desbloqueio de novas coisas ao jogo, como novas áreas ou acesso a novas tarefas, por exemplo. Já o esquema pague para progredir é comumente visto em alguns jogos mobile, especialmente aqueles com mecânicas de “vidas” onde o jogador ao não conseguir passar de um determinado desafio perde uma “vida”. Esta que pode ser obtida via pagamento em uma monetização puramente econômica ou em convites para novos amigos jogarem, o que caracteriza uma monetização social do jogo eletrônico, pois novamente há de se dizer que as empresas monetizam os dados e o tempo gasto com o jogo tão bem quanto o dinheiro que um jogador investe (FIELDS, 2014, p. 74).

Esses dois modelos, como já fora dito, andam lado a lado e também podem incluir outras modalidades de microtransação, como as *lootboxes*. Um exemplo seria um jogo que possuísse áreas novas pra desbloquear, venda direta de bônus que facilitasse a progressão, caixas que oferecessem algumas vantagens sobre outros jogadores, etc. É possível um jogo cumular muitas dessas variedades de microtransações e ser pague para ganhar, pague para jogar, pague para progredir e incorporar *lootboxes* tudo de uma vez só. E isso é comum em alguns países do continente asiático, onde os jogos tendem a usar modelos mais agressivos de monetização, incorporando diversas técnicas e estratégias para conseguir o máximo de retorno possível, e fica bem claro nesse caso que os jogos podem ser globais e culturais ao mesmo tempo, pois certas práticas que não são tão bem-vistas no Ocidente, por exemplo, podem ser comuns no Oriente, e ao mesmo tempo será possível ver jogadores do Ocidente invadindo servidores Orientais para ganhar acesso a essas microtransações pois a empresa optou por não incluí-las em servidores Ocidentais, com o receio de desagradar a maioria dos jogadores (FIELDS, 2014, p. 74).

Skins ou cosméticos: São adições ao jogo que alteram apenas o design, ou seja, o visual de alguma coisa dentro do videogame, não conferindo assim uma vantagem competitiva por si só. Um dos mais famosos casos de venda de *skins* é o jogo *Counter-Strike Global Offensive* onde jogadores podem comprar visuais novos, de raridades distintas para quase tudo que há no jogo, como armas, personagens, músicas, adesivos e facas. Entre tantas opções, a customização do jogo o tornou muito bem-sucedido, e entre seu modelo de microtransação se incorporam as

lootboxes, de onde se criam boa parte dos cosméticos para o jogo, mantendo o mercado dinâmico (TOMIC, 2019, p. 18).

Microtransações de cosméticos não significa baixo custo para o consumidor, sendo válido mencionar que muitas delas passam das centenas de dólares, embora não afetem diretamente os mecanismos de jogabilidade. Há várias condicionantes que afetam o valor de um bem imaterial, e uma delas é a sua raridade. Caixas de cosméticos podem sair de cinco dólares até centena de dólares, e seu conteúdo potencial igualmente pode valer isso (TOMIC, 2019, p. 20).

DLC e Season Pass: *DLCs* são de certo modo uma estratégia usada pela indústria dos jogos, mas não somente por ela, que consiste em fazer um subproduto vendido após o lançamento do produto principal, no caso, o jogo. Se caracteriza como uma forma específica de microtransação, onde há um pacote de conteúdo que é vendido unido que pode trazer visuais novos, mapas novos, ou uma história nova para o jogo, o que traz novos elementos de jogabilidade. Geralmente as *DLCs* são conteúdos que agregam diversos elementos ao jogo, e a ideia central é vender um pacote por um preço menor do que o jogo base, o que não significa, no entanto, que seja sempre assim. Por vezes encontram-se jogos com diversos desses pacotes, e isso permite que se achem jogos custando acima da faixa de quatrocentos reais. É válido uma menção a um tipo ainda mais específico de *DLC* conhecida por passe ou passe de batalha, onde há um sistema de progressão, no qual o jogador deve dedicar-se a completar tarefas ou até mesmo pagar para progredir nesse passe, que é geralmente de tempo limitado, fazendo o conteúdo ser igualmente de tempo limitado. Isso é uma versão de *pay-to-progress* que é geralmente posta dentro de jogos gratuitos ou *free-to-play*, sendo opcional adquirir, como basicamente todas *DLCs* (FIELDS, 2014, p. 146).

Season pass por sua vez é uma espécie de passe sazonal, que concede acesso a todas *DLCs* a serem lançadas em determinado período de tempo, a um preço único. Muitos consumidores acabam por comprar o jogo e pagar o adicional, que geralmente é um pagamento adiantado para obter acesso ao conteúdo completo, quando de seu lançamento oficial. Isso significa para a indústria uma forma de arrecadar fundos extras para desenvolver melhor o seu produto e adicionar mais conteúdo ao mesmo. (TOMIC, 2019, p. 18).

Early Access e Crowdfunding: De certo modo, *early access* e *crowdfunding* são coisas diferentes, mas que são interligadas, visto que o primeiro trata-se de uma estratégia de venda que envolve vender uma versão não terminada de um jogo. Isso

pode acontecer tanto na versão alfa quanto a versão beta desse determinado produto, como é muito comum no desenvolvimento de softwares. O acesso antecipado em jogos se popularizou muito devido ao fato que como se compra uma versão não-final, há a possibilidade de dar ideias e contribuições para que os desenvolvedores melhorem o produto antes do lançamento oficial, nesse quesito a maior loja virtual de jogos a *Steam* teve de adotar táticas para evitar algo que era muito corriqueiro: jogos em acesso antecipado não entregando o prometido, e as vezes sequer sendo lançados. *Crowdfunding* por sua vez, é um modo de financiar um produto, e sua extensão abrange outras áreas além do desenvolvimento de software, e de modo geral tem a premissa de arrecadar pequenas quantias de muitas pessoas. Desse modo é possível financiar o desenvolvimento do jogo sem que haja necessidade de depender de uma empresa maior, e sem incorrer nos vários riscos de falhar nas vendas. O site *Kickstarter* é um exemplo notável de organização para *crowdfunding*, e que permite uma modalidade subsidiária conhecida como *reward crowdfunding*, que é muito utilizado nos jogos, sendo caracterizada por oferecer recompensas àqueles que ajudam a bancar o desenvolvimento, como exemplo ter o nome nos créditos, ter acesso antecipado, ganhar uma cópia física etc. A grande vantagem desse modo de financiar o produto é poder desenvolver jogos que são de nicho, com público-alvo muito específico como simuladores de avião, jogos *RPGs* de mesa, entre outros (LIN; BEZEMER; HASSAN, 2017, p. 5).

Crunchtime: O desenvolvimento de jogos, e de softwares em geral é uma tarefa árdua, que exige muito tempo de trabalho para os programadores e desenvolvedores, nesse contexto se insere o chamado *crunch*, que é o trabalho que ocorre além da jornada normal. Muitos desenvolvedores acabam passando do período estipulado para corrigir *bugs*, que são erros ou funcionamento inesperado do produto. Há relatos de desenvolvedores fazendo de 80 a 100 horas semanais, e até dormindo no escritório para otimizar o tempo, o que é uma prática laboral comum no ramo, e advém de prazos irreais ou da dificuldade de planejamento que é inerente ao desenvolvimento (SCHREIER, 2017, p. 9).

Dados alguns dos conceitos-chave é possível prosseguir para práticas mais generalizadas dentro de jogos de videogames, que também são encontradas em outros lugares, mas são adaptáveis, e por esse motivo acabam se inserindo em quase qualquer ramificação comercial ou da vida humana. Para tanto, é necessário abordar um pouco sobre o enviesamento do pensamento, para assim entender a razão do sucesso dos modelos de negócios baseados em microtransações. Os autores Thaler

e Sustain (2008) trazem algumas das formas como a mente humana costuma funcionar e objetiva-se aqui demonstrar a relação desse funcionamento com a indústria específica de jogos eletrônicos.

É possível observar duas formas principais da atividade de pensar: o sistema reflexivo e o sistema automático. O primeiro é pautado pela observação e averiguação mais detalhada de determinado objeto de análise, e portanto, se caracteriza pelo pensamento consciente, enquanto o segundo é moldado por reações viscerais, instintivas e rápidas. Ambos são sistemas válidos e essenciais para a existência humana, apesar de que eles podem ser usados contra o próprio ser humano ou não funcionar de maneira adequada dadas algumas situações. Para exemplificar, quando se está em uma viagem de avião, e o mesmo entra em uma turbulência, a reação instintiva é pensar que se está correndo grande perigo, e a reação consciente, que vem logo após, é pensar na segurança do meio de transporte e se acalmar. Válido ainda mencionar que esses sistemas podem ser treinados, como é o caso de muitos atletas que acabam por confiar mais no sistema automático do que no reflexivo, devido a sua atividade profissional, que assim o exige. (THALER, SUSTEIN, 2008, p. 19).

É conhecimento de todos que os usos desses sistemas de pensamento são inerentes ao ser humano, e quase imperceptível a forma por qual o organismo usa um ou outro, mas a interação entre eles notadamente pode levar alguém ao engano. O primeiro tipo de enviesamento do pensamento a ser apresentado é o da ancoragem e ajuste, onde um sujeito parte de um conhecimento que ele possui (âncora), e vai ajustando para determinada situação. Por exemplo: morador de Porto Alegre é questionado sobre a população total de Passo Fundo, que tem, em uma estimativa do IBGE cerca de 206 mil habitantes. O morador de Porto Alegre provavelmente sabe que sua cidade possui cerca de 1 milhão 492 mil habitantes, então faz um ajuste pois sabe que Passo Fundo é menor que Porto Alegre, pensando então que Porto Alegre tenha três vezes a população de Passo Fundo, logo a cidade menor deve ter quase 500 mil habitantes. Nesse cenário hipotético o participante teria mais que dobrado a população da cidade menor, devido a um palpite com base no conhecimento inicial (THALER, SUSTEIN, 2008, p. 24).

Isso também se aplica com finanças, e é de conhecimento de várias instituições esse funcionamento. Por exemplo, sabe-se que as caridades arrecadam mais quando dão valores maiores como opções de doação do que quando oferecem opções menores, se a opção de doar 100 reais é a maior opção, haverá menos

peças doando tal valor do que se for a opção mediana. Em vários contextos nota-se que quanto maior o pedido maior o valor recebido, desde que haja alguma motivação racional por trás disso, sendo a âncora o primeiro valor oferecido. Dentro da indústria de jogos há um funcionamento bem similar, onde um jogo é lançado com um valor relativamente alto, mas logo nos primeiros meses o valor abaixa consideravelmente, com descontos em datas festivas como natal, halloween etc. A ideia central é cobrar mais do que o produto vale para quando haver tais datas, onde as pessoas tendem a gastar, um desconto de 20% pareça um bom ou ótimo negócio. A indústria aproveita muito do aspecto temporal pois sabe que a relevância do jogo geralmente cai com o tempo, entre várias outras coisas que a ciência e análise de dados permite essa indústria saber, como quando e quem compra em mais quantidade, em que momento do dia alguém está disposto a desembolsar mais dinheiro. O sucesso da indústria do entretenimento é fortemente atrelado ao entendimento sobre o seu público-alvo. (THALER, SUSTEIN, 2008, p. 24).

O segundo tipo de enviesamento do modo de pensar é o que os autores denominam de disponibilidade, ele é caracterizado pela seguinte premissa: quanto mais eventos relevantes percorrem o pensamento de determinada pessoa, maiores os riscos/probabilidades de determinada atividade aparentam ser para esse indivíduo. Um exemplo seria o risco de morrer em um atentado terrorista ou de queda de avião, onde por mais improvável que seja o risco, as pessoas tendem a superestimar a ocorrência desses acontecimentos muito pela razão de serem noticiados e amplamente divulgados esses fatos, enquanto subestimam outros, como seria o caso de acidentes de carro, algumas doenças entre outras causas. No mundo financeiro esse enviesamento ajuda por exemplo, a vender seguros, realizar investimentos entre outros. No mundo dos jogos a indústria tende a usar desse funcionamento para vender microtransações como forma de investir dinheiro, pois seria um modo seguro de manter valores enquanto alguns fatores como a inflação ou deflação ocorrem, embora seja um mercado que pode oferecer vários riscos, como é o caso dos golpes ou até da desvalorização súbita de determinados itens, riscos esses muitas vezes ignorados. Não se busca aqui fazer juízo se vale ou não se fazer esse investimento, mas sim demonstrar que é possível induzir as pessoas a se arriscarem (THALER, SUSTEIN, 2008, p. 26).

A terceira hipótese comum de enviesar o pensamento é conhecida por similaridade ou representatividade, e envolve o julgamento de quanto A corresponde a uma categoria B. Ela é utilizada pois muitas vezes está certa, sendo uma espécie

de conceito prévio para determinada situação. Um exemplo dado é de dois cidadãos, um baixo e o outro alto. Partindo da seguinte informação, um deles é um jogador de basquete, qual seria o melhor palpite? Nesse contexto, fica obvio que o palpite mais apropriado é o do cidadão alto, visto que os jogadores de basquetebol tendem a ser altos para poderem ser competitivos. No entanto, esse modo de pensar pode levar as pessoas a engano, como foi o caso da experiência de Londres durante a segunda guerra mundial, quando da publicação de mapas de onde as bombas caíam sugeriam que os alemães tinham brutal precisão ao acertar o centro da cidade, sendo que algumas pessoas questionavam se os bairros não afetados eram locais onde viviam espiões. Após análise detalhada, foi descoberto que as bombas caíam de modo aleatório ao redor de uma parte central. Os autores explicam que isso acontece, pois, o funcionamento da mente humana envolve criar ou descobrir muitos padrões, sendo uma forma do sistema automático e o reflexivo interagirem. Na indústria dos jogos esses padrões são criados de modo que a maioria dos jogadores profissionais usam ou são patrocinados com microtransações como *skins*, assim cria-se a impressão que bons jogadores, ou jogadores mais honestos são aqueles que investiram certo valor no jogo, pois assim teriam algo a perder caso fossem banidos etc. Apesar disso, sabe-se que esses padrões nem sempre correspondem a realidade (THALER, SUSTEIN, 2008, p. 30).

Outro problema apresentado pelos autores é o chamado de otimismo elevado ou superconfiança, que envolve o funcionamento humano de esperar pelo melhor ou de ser o melhor. Entre vários experimentos já elaborados notou-se que nos motoristas quando a pergunta feita era sobre ser acima da média dirigindo cerca de 90% dos participantes responderam estar acima da média. Entre professores de grandes universidades 94% responderam estarem desempenhando melhor que a média da profissão. E isso também se aplica em cenários onde há pouca expectativa de sucesso, como é o caso dos casamentos, onde estima-se que a metade desses estão fadados a terminarem, mas durante a cerimônia a maioria dos casais creem, quando perguntados, que as chances de se separarem é cerca de zero, e isso inclui pessoas que já se divorciaram. Ressalta-se que o otimismo exacerbado é nocivo para o ser humano, apesar de que é um modo de funcionar bem natural em ocasiões como um casamento, por exemplo. Nos jogos essa confiança é usada mesclando várias outras técnicas de vendas, em especial nas *lootboxes* onde os compradores tendem a pensar terem chances de conseguir itens raros ou sair lucrando muito maiores do que elas realmente são (THALER, SUSTEIN, 2008, p. 33).

2.2 JOGOS, PRÁTICAS COMERCIAIS E A ÉTICA NEOLIBERAL: OLHOS SOBRE O MERCADO DE BENS DIGITAIS

Bens digitais estão cada vez mais populares mundo afora, mas o que de fato é um bem digital? Explica-se que são produtos ou serviços disponibilizados totalmente via tecnologia da informação, ou seja, não são físicos. Alguns exemplos de bens digitais são a mídia, como filmes músicas e publicações disponibilizados como arquivos digitais ou serviço de *streaming*, jogos disponibilizados fora de mídia física e seus bens virtuais inclusos, como personagens, *skins*, e outras propriedades do jogador, arte virtual e fotografias digitais, design gráfico completamente eletrônico, softwares, como aplicativos para celular, serviços como videoaulas, armazenamento em nuvem e provimento de segurança informacional como encriptação e autenticação, consultoria para segurança de TI e até mesmo análise de dados e sites (CAGNO, 2019, p. 6).

Zampier (2021) analisa os bens jurídicos como importantes para satisfazer necessidades, desejos e fins das pessoas, que em sua autonomia privada os buscarão. O autor busca demonstrar que a intervenção do direito nos bens se dá de forma que a utilidade para o ser humano é o que define quais são os objetos a serem tutelados, sendo aqueles sem utilidade aparente deixados de lado pela ciência jurídica. Quanto a distinção de bens e coisas embora não seja muito pacífico na doutrina, opta-se pelo conceito de que bem é tudo aquilo que têm utilidade, enquanto coisa é todo bem econômico, dotado de existência autônoma capaz de ser subordinado ao domínio das pessoas, visão essa de César Fiuza, onde coisa é sinônimo de bem, enquanto nem todo bem é coisa, em um sentido jurídico. Menciona-se que há autores que distinguem coisas e bens pelo critério da materialidade, onde coisas são materiais e bens seriam por excelência imateriais. De qualquer modo a ideia central é que bem é uma categoria mais ampla do que coisa, para fins didáticos.

Há ainda a distinção de bens corpóreos e incorpóreos, tradicionalmente diferenciados pela tangibilidade, ou seja, a possibilidade de serem tocados, ideia que vem do Direito Romano, mas que não mais se sustenta diante do atual estado da ciência. O melhor critério para diferenciar bens corpóreos de incorpóreos é a existência ser concreta ou abstrata, assim não se cai na armadilha de dizer que a eletricidade, ou gases seriam incorpóreos, pois afinal, eles possuem existência concreta, apesar de não poderem ser tocados via de regra. Bens incorpóreos são por

consequência aqueles que não são concretos, ou seja, o nome, a honra etc (ZAMPIER, 2021 p. 64).

Sabe-se na atualidade que devido a rede mundial de computadores, o que possibilita diversas pessoas deixarem rastros nessa rede e conforme o passar do tempo, há uma tendência de haver bilhões de possíveis interações que formam o patrimônio digital dos internautas, sejam elas como opiniões ou externalização de sentimentos ou até mesmo fotos e vídeos compartilhados. De qualquer modo, a possibilidade de ligar dados e informações a um determinado indivíduo, além das atividades econômicas desse mesmo deixará um legado no momento de sua morte ou incapacidade civil, sendo assim haverá a necessidade de se tutelar esse legado e esse patrimônio digital (ZAMPIER, 2021 p. 74).

E quanto aos bens digitais, onde se encontram? É uma questão natural para aqueles que não possuem ou possuem sem saber essa categoria de bens. Em uma resposta mais breve, deve-se destacar que bens digitais podem ser encontrados em correios eletrônicos, como o Gmail, Yahoo ou em redes sociais, como o Facebook, em sites de pagamentos, como o Paypal ou em site de compras como o eBay, em blogs, em sites de vídeos onde o Youtube se destaca, contas virtuais onde se compram músicas, filmes e livros em qual se destacam Google Play e iTunes e até mesmo em contas de jogos online. Muitas dessas contas possuem alto valor econômico agregado e muitas vezes até valor sentimental, sendo que no ano de 2011 um cidadão chinês desembolsou 16 mil dólares por uma espada em um jogo que nem sequer havia sido lançado. A busca por bens digitais desde então só aumentou, e com a chegada de ativos como criptomoedas e afins há um crescimento notável no valor econômico desses bens (ZAMPIER 2021 p. 79).

Relata Cagno (2019) que o comércio de bens digitais está acelerando e crescendo duas vezes mais rápido do que dos bens físicos, sendo impulsionado constantemente pela tecnologia da informação e já constituindo um mercado estimado em 950 bilhões de dólares, sabendo disso, busca-se demonstrar que não só aumentarão as vendas de bens em jogos e em lojas de aplicativos para celular, mas há uma verdadeira inauguração de uma era de comércio de bens digitais, que reconfigurará o mercado global bem como os padrões de consumo.

Parte do sucesso desse setor advém do fato de que o comércio de bens físicos superconectados como celulares, relógios inteligentes, assistentes de voz e também a difusão de internet de alta qualidade permitiram revolucionar a maneira que se consome. Ainda, a revolução nos métodos de pagamentos, cada vez mais digitais

e instantâneos trouxeram novas perspectivas para o mercado globalizado dos softwares e de outros produtos da tecnologia. Há uma previsão de gasto de cerca de 157 bilhões de dólares apenas em lojas de aplicativos para celular até o ano de 2022, além de estimativas de aumento dos downloads em cerca de 45% em 2022 comparado com o ano de 2017 (CAGNO, 2019, p. 14).

Existem ao menos três evidências para que se corrobore a ideia de que os bens digitais sejam o novo ouro do mundo globalizado, são tendências de mercado que apontam nessa direção, que são: a) o desenvolvimento do e-commerce, b) experiência de compra digital, c) a desmaterialização das mercadorias. O primeiro ponto se dá por conta de que não há previsões para que se reverta o cenário de vendas online, pelo contrário, há cada vez mais o aumento de vendas por meios digitais, o que leva ao segundo ponto no qual a experiência de compra do consumidor fica cada vez mais facilitada nos meios digitais, pode-se destacar alguns aplicativos como o Ifood, que criou uma tendência de restaurantes exclusivamente por entregas, assim como é possível que lojas físicas fiquem cada vez mais raras, enquanto o acesso digital das mesmas fique mais prático. O terceiro e último ponto destacado é o fator de que a realidade virtual, e outras tecnologias disruptivas como a inteligência artificial ou IA e a internet das coisas ou IoT já se fazem presentes e estão em expansão, fazendo assim possível um mundo repleto de bens digitais (CAGNO, 2019, p. 14).

Em um artigo Danny Quah (2003) pontua que bens digitais são conjuntos de 0 e 1, ou seja, código binário, mas com o traço essencial de ter valor econômico, que tem características bem próprias. Portanto, ele deve possuir utilidade para ao menos um indivíduo dentro da cadeia econômica, e pode ser visto como se fosse uma receita: um código instrutivo que possui determinado valor em si, e isso permite a produção e comercialização desses bens, não sendo apenas facilitadores de produtividade. Uma cópia do bem digital é na verdade o próprio bem digital, pois não há nesse setor distinção de original e cópia, o que parece estranho a um primeiro olhar, contudo, é possível ver esse fenômeno com e-books, jogos, músicas, etc. Desde que a cópia tenha o mesmo valor de instruções e possa ser reproduzida igual a original é como se original fosse. Continuando o raciocínio há uma diferença entre bens digitais robustos e frágeis, onde os robustos são aqueles que caso haja perda de um pouco do código se mantém o valor, enquanto os frágeis, não. Para exemplificar isso, uma música comprimida em um formato diferente da original, ainda que haja perda de

qualidade, mantém seu valor econômico, enquanto certos softwares ao serem modificados minimamente recusam-se a funcionar e portanto são frágeis.

Ainda, quantos as características desses bens aponta-se a não-rivalidade, onde o consumo desse bem por um, não degrada o uso por outro, em contraposição um bem de rivalidade, como a comida de modo geral, se for consumida já deixa de existir. São infinitamente expansíveis, pois fazer uma cópia do mesmo via de regra é algo fácil e sem muito custo, e por isso podem ser feito arbitrariamente muitas cópias e de forma muito rápida. Também são indivisíveis, o que implica que sua disponibilidade terá que ser completa, fazer apenas meio bem digital é algo fora das possibilidades. Ou ele existe ou ele não existe. Isso não quer dizer que não se possa, por exemplo, disponibilizar parte de um livro digital, mas essa parte quando disponibilizada, torna-se um bem autônomo. Via de regra são disponibilizados partes como teste ou *preview*, mas o ponto central aqui é que se o código não pode ser simplesmente picotado pela metade, ou por uma fração. São ainda, não-espaciais, pois estão em todo lugar e em nenhum lugar ao mesmo tempo, sua característica é poder ser transportado facilmente e por vezes sem o usuário ter acesso ao local exato de onde está esse bem. Por fim, são recombinantes, o que implica que ao serem unidos, podem obter características novas que não estavam presentes nos bens de origem (QUAH, 2003 p. 18).

Cagno (2019) demonstra como o comércio de bens evoluiu em questão de poucos anos na modernidade, apontando cinco modalidades de comércio. *Single channel*, onde os produtos são feitos por um só canal de vendas, geralmente físico e com interatividade limitada. *Multi channel*, onde os canais de vendas são múltiplos mas não se comunicam, como era o caso da época de lojas com vendas via telefone na TV e vendas físicas, sendo caracterizados por não compartilharem informações. Esse método evoluiu para ser chamado de *cross chanel*, onde os diversos métodos de venda cooperam para que o consumidor decida qual o melhor meio para comprar o produto. Após veio o *omni channel* baseado principalmente no digital, mas com vários canais distintos se comunicando e distribuindo os bens, fazendo as compras serem fáceis e fluídas. Outro jeito de fazer vendas se desenvolve e se chama de Commerce Relevancy, onde o excesso de serviços e produtos se unem para oferecer ao consumidor o que ele precisa na hora exata e local exato, pouco importando a plataforma por qual ele deseja consumir. Quanto ao futuro o autor aponta que há uma tendência de se abolir a distinção digital e físico, onde predomina os meios digitais de pagamento, comunicações, vendas e consumo.

Recentemente uma tecnologia se destacou tanto entre os jogos quanto no portfólio de bens digitais, tecnologia essa conhecida por Token Não-fungível ou no inglês Non-Fungible Token (NFT). Muito se noticiou sobre celebridades comprando esses tokens para fins de investimento, sendo um bem digital que pode se valorizar e se caracterizar como tal. Mas por quais razões compra-se NFTs e o que são afinal? Tais questões merecem ser elucidadas visto que são eles os bens digitais que mais estão em alta na atualidade, além das criptomoedas como o bitcoin. A explicação que se dá acerca dos NFTs é que compartilham algumas características das criptomoedas, pois usam do blockchain, sendo que é característico do NFT provar autenticidade de origem, propriedade, singularidade e permanência de um determinado item (FORTNOW; TERRY, 2022 p. 10).

Cabe aqui desmistificar um pouco da tecnologia, apresentando os conceitos por trás do nome que leva. Token, de modo geral advém da blockchain e não do fato de NFTs serem colecionáveis, como implicaria o nome de maneira mais óbvia. Explica-se: assim como em uma criptomoeda, a transferência feita, seja por comprar, vender ou doar deve ser verificada por outros usuários, isso acontece não em cada transação, mas em grupos ou blocos, que após serem verificados são anexados aos prévios, formando assim uma cadeia de blocos. Tokens são como criptomoedas que não tem um blockchain próprio, muitas vezes utilizam-se da blockchain da Ethereum, por exemplo (FORTNOW; TERRY, 2022 p. 12).

Quanto a sua não-fungibilidade, significa que não podem ser trocados ou substituídos, o que diferencia o NFT da criptomoeda e o dinheiro tradicional, pois se determinada pessoa trocar 1 Bitcoin por outro, terá o mesmo valor, o mesmo ocorre com uma nota de 5 dólares ao ser trocada por outra de igual valor. Quando se cunha um NFT, pode-se inserir nele um arquivo como mídia, por exemplo, uma vez cunhado ele será um item particularmente único, caso seja algo exclusivo como uma obra de arte digital feita uma única vez e registrada na blockchain. Ainda, permite-se fazer um contrato, conhecido por contrato inteligente, onde pode-se estipular que a pessoa que comprar o NFT de determinada arte digital, poderá ganhar uma cópia pintada em uma tela real. Isso permite muita flexibilidade aos NFTs, que quando usados por exemplo, em jogos, permitem garantir o poder de vender determinado item, como um cosmético, ou uma vantagem ganha em um jogo, ao mesmo tempo que faz as transações serem seguras ao contrário do que acontece em alguns mercados secundários, onde fraudes são muito comuns (FORTNOW; TERRY, 2022 p. 25).

Outros usos dos NFTs estão em eventos, onde por sua característica a tecnologia permite validar tickets de entrada sem que uma organização centralizada o faça. Há nesses eventos, em especial os de grande magnitude um problema de mercado secundário, onde se compram muitos tickets para revendê-los nesses mercados a preço maior, assim obtém-se lucro e cria-se escassez desses ingressos, o que prejudica as organizações e os clientes. O NFT resolve esse problema pois com seu contrato inteligente é possível designar que parte da revenda irá para a organização do evento, além de que estando na blockchain é possível validá-lo e assim não ser enganado por ingressos falsos, o que é corriqueiro em mercados secundários (FORTNOW; TERRY, 2022 p. 31).

Para explicar o motivo dessa tecnologia possuir valor, pois pode-se associar que a maior parte do conteúdo disponibilizado na internet é gratuito, o que é verdadeiro em partes, os autores Fortnow e Terry (2022) explicam que há algumas variáveis que tornam os NFTs em algo de valor, como exemplo a prova de origem, onde pode-se provar a origem de um NFT voltando atrás em sua cadeia até o artista (caso o NFT seja uma arte virtual), significado histórico, onde certo arquivo ou documento contido no NFT venha a se valorizar com o passar do tempo, como poderia ser uma autobiografia de pessoa com importância em determinada parte da história em edição única e de um só arquivo contida em um NFT. Valor sentimental, onde o possuidor do NFT tem algum afeto pelo mesmo, o acondicionamento do item, onde determinada característica e preservação desempenham papel importante, e, por fim, colecionabilidade, onde pode-se criar uma série de NFTs que se completem como partes integrantes de uma coleção etc. Importante salientar aqui que NFT não é um item e sim uma tecnologia que permite tornar um item autenticável, podendo haver variações totais de valor entre um NFT e outro dependendo do que conste no contrato se há royalties, o tipo de item, entre outros. Nota-se que como qualquer tecnologia possui lados positivos e negativos, e é válido mencionar que há aspectos de crítica aos NFTs.

Quanto ao desejo de se obter bens digitais, dos mais simples aos mais complexos e aleatórios a ética neoliberal bem como o mercado de capital tem influência direta nesse fenômeno. A marca registrada dessa visão de mundo é a transformação econômica de tudo, o que significa uma conversão de domínios tradicionalmente não tocados pela economia em ramos econômicos. Destaca-se que a transformação do sujeito em uma empresa de si o que requer uma nova subjetividade, diferente da de Bentham onde se busca fugir da dor e buscar o prazer,

e sim uma que busque a maximização dos interesses e requer, portanto, práticas de governança tradicionalmente usadas em empresas na vida singular dos sujeitos. O ser humano que fogia da dor hoje é obrigado aceitar a dor como um remédio amargo, algo inerente da busca do sucesso pessoal e profissional e até mesmo social (BROWN, 2018, p. 7).

Durante o século XIX havia pressão social por reformas na sociedade. Foi nesse contexto, mas já no século XX que surge o neoliberalismo, uma resposta as demandas de redistribuição de renda, assistencialistas, protecionistas e planificadoras, que para esse movimento conduz ao coletivismo. Logo após surge a sociedade Mont-Pèlerin que também foi importante para a difusão dessas ideias. Fato é que o neoliberalismo fora proposto como uma refundação do que é a intervenção, dando a ela uma nova definição com novos limites. O movimento tem esse nome pois buscava refundar o liberalismo clássico, retirando as “impurezas”, e fazendo assim um fronte contra o coletivismo na sua forma comunista ou fascista e a outras formas de gerenciar a sociedade, com o keynesianismo. Válido mencionar que ao opor-se ao fascismo não significou que para o neoliberalismo as ideias advindas de lá seriam totalmente inúteis ou reprováveis como será pontuado por alguns autores (DARDOT; LAVAL, 2017, p. 73).

Nesse ponto, pode-se afirmar que o paralelo entre o fascismo e o neoliberalismo está sobretudo em suas visões antidemocráticas, como exemplo, na teoria da crise democrática que seria advinda de uma série de reivindicações sociais que acabariam por sobrecarregar o Estado e por consequência arruiná-lo. Em última instância isso significa que incluir grupos historicamente marginalizados dentro do jogo democrático, conferindo-lhes direitos de participarem em decisões importantes faz possível uma crise, e que a democracia somente funciona enquanto grupos como mulheres, negros, judeus e ciganos ficarem contentes em não reivindicar nada para si. Essa ideia de que a democracia demais mata a democracia como um todo vai ao encontro dos interesses de manter tributos baixos para os mais ricos, do estado não-intervencionista e outros desejos do neoliberalismo, além disso, criaram a ideia de que quanto mais um candidato promete ou pode prometer maior será sua probabilidade de sucesso eleitoral, e assim se gera um frequente aumento de gastos públicos. Isso culmina em uma visão da democracia como algo inerentemente falho ou fadado ao fracasso, e termina na tese de uma sociedade ingovernável, o que gerou consequências em âmbito social, político e criminal (CHAMAYOU, 2020 p. 323).

Para defender a democracia liberal, portanto, é preciso matá-la, esse é o paradoxo advindo do pensamento de Hayek, pois seria necessário limitar a democracia, afinal, democracia ilimitada leva ao totalitarismo coletivista. Assim surge a doutrina da segurança nacional, onde se deveria combater um inimigo interno despolitizando-o ou exterminando e aniquilando sua capacidade de reação, essa guerra preventiva que instauraria uma ordem aceitável, e por conseguinte militarizar as nações sul-americanas e transformá-las em ditaduras era algo visto como extremo mas necessário, e o Chile em específico tornou-se o laboratório de testes. Além disso, o neoliberalismo com sua ideia de destronar a política criou regras e princípios para amarrar o Estado cada vez mais limitando os orçamentos e sempre deixando a memória das ditaduras do Cone Sul vivas, para que os opositores políticos saibam que se não aceitarem o modo “doce” de governar arcarão com a ascensão da ditadura militar que deverá por tudo em ordem novamente (CHAMAYOU, 2020 p. 349).

Essa vertente do neoliberalismo que se alia ao autoritarismo não deixou de existir, sendo uma das mais importantes facetas do que essa ideia se tornou. Aponta-se que a eleição de Jair Bolsonaro remete diretamente a visão Pinochetista de mundo, onde o ministro da economia é um *Chicago Boy*, termo dado aos economistas influenciados pela escola de Chicago, particularmente encabeçada por Milton Friedman. Essa escola teve seu auge na ditadura chilena, pois nessa época a supressão de toda crítica e oposição fez o cenário ideal para pôr em teste as ideias de pensadores como Friedman e Hayek, esse último declarou que havia mais liberdade pessoal com Pinochet do que com Allende. Tal visão de mundo foi posta em outros países que não o Chile, e remete-se que recentemente está posta em pauta em várias nações, incluindo o Brasil (LAZZARATO, 2019 p. 20).

O neoliberalismo busca construir uma subjetividade, esta é a ética neoliberal, a qual é errado qualquer tipo de intervenção nas liberdades individuais, sendo a economia algo necessário estar em uma ordem de *laissez-faire*, o que significa que o sujeito deve ser livre para agir, entre diversos modos de ação ele e somente ele terá o direito de escolha, na qual ele não deverá ter medo de ser punido. No entanto, o indivíduo terá de arcar com as consequências de seus atos. Essa visão busca criar o sujeito empreendedor e na sua versão mais extrema nega qualquer legitimidade ao ente estatal, que seria o anarcocapitalismo, que vêm da filosofia de Murray Rothbard. Pode-se ver que esse pensamento influenciou várias pessoas incluindo o que hoje se conhece como *coaching* financeiro, onde uma pessoa busca ensinar práticas financeiras que levariam ao sucesso. O norte desse pensamento é

que cada um é responsável por si e que o Estado não teria legitimidade de atuar tomando decisões, o que acaba por ser uma ideia de que o Estado deve passar por uma desconstrução enquanto o indivíduo deve absorver ideais que tradicionalmente eram de empresas (DARDOT; LAVAL, 2017, p. 134).

Enganado está quem acredita que o neoliberalismo não influencia nas produções culturais e na arte, onde estão situados os jogos eletrônicos. Reforça-se que jogos necessitam de diversas pessoas para poderem existir, desde programadores a artistas e até mesmo roteiristas, e diferentemente do que poderia se alegar, com razão, de que o neoliberalismo precariza o trabalho desses profissionais que já estão inseridos em uma das indústrias mais precárias em relação a práticas trabalhistas, deve-se dizer que os jogos são influenciados em uma escala muito maior, que vai desde como a arte do jogo é feita e apresentada, a narrativa, e não menos importante o jeito de comercializar esse produto. Em um videogame conhecido pelo nome de *Death Stranding* há uma clara referência a práticas do capitalismo concebido pelo neoliberalismo, onde há uma mecânica onde jogador é estimulado a entregar objetos em boas condições e no tempo menor possível, há latas de energético a serem consumidas e inclusive há uma mecânica de jogo onde se deve urinar e armazenar a urina para usá-la na confecção de itens. Não obstante o sono é limitado e feito nos dormitórios da empresa fictícia para o qual o personagem trabalha, em síntese a precarização do trabalho é temática por todo o jogo (ABATH, 2021 p. 9).

Logo na abertura de sua obra Bulut (2020) assegura que o processo de criação de jogos é sobretudo marcado por fracassos, apesar e paradoxalmente ser uma indústria que se denomina “meritocrática” e que notadamente tem muitos atrativos ao público que gosta de jogos, no quesito de que geralmente quem gosta de jogar gostaria de trabalhar com jogos ou jogando. É sabido que a meritocracia, como muitos autores apontam, é uma ideia falaciosa, devido ao fato que condições ambientais influenciam e muito na vida e na maneira de se abordar problemas, que não são dispostos de maneira igualitária nem ao menos sendo possível para pessoas diferentes tratá-los do mesmo modo, basta fazer um exercício mental: o aspirante a desenvolvedor durante a faculdade tem sua formação radicalmente diferente dependendo de onde estuda, dependendo se for necessário conciliar trabalho e estudos entre tantos possíveis acasos do que é conhecido por acidente do nascimento, que condiciona sim muitas das oportunidades concedidas, especialmente nesse ramo, que tem diversas veias discriminatórias, tanto contra mulheres quanto estrangeiros etc. Nesse mesmo contexto a indústria atualmente movimenta muitos valores, sendo

que em 2017 apontava-se a estimativa de que a indústria dos jogos valia mais de 100 bilhões de dólares. Tal setor é altamente marcado pelo capitalismo e pelo neoliberalismo, pois os jogos eletrônicos têm sua ascensão conjuntamente com o segundo e sempre foram feitos com objetivo de lucrar, apesar de que houve mudanças significativas desde sua concepção como produtos de lazer. Narra o autor a história de *Desire* um estúdio de jogos de console, (no caso, *Desire* é um pseudônimo)

Somente para entrar na indústria e criar um jogo há de se adquirir infraestrutura tecnológica e legal, com investimento e autorização dos grandes nomes já consolidados, como Nintendo, Sony ou Microsoft, que disponibilizam kits para produção dos jogos eletrônicos, e sem os quais fica quase inviabilizado a produção de jogos de sucesso para consoles, visto que as três dominam o mercado. Além disso, há também as publicadoras que são quem geralmente custeiam a produção dos jogos, sem elas é muito difícil de se produzir algo de qualidade, pois elas fazem a venda, o marketing e injetam o dinheiro necessário para que o estúdio possa produzir. A alternativa a isso é juntar dinheiro via *crowdfunding*, o que nem sempre é o ideal ou até mesmo possível. (BULUT, 2020 p. 29).

O mercado de jogos impõe muitas vezes uma sobrecarga de trabalho aos desenvolvedores, o que já fora definido aqui como “*crunchtime*”, que talvez seja uma das práticas características dessa indústria em específico que é quando um time de desenvolvedores recebe uma imposição para trabalhar mais do que o previsto, geralmente para atingir objetivos ou metas, o que a primeiro olhar parece como uma hora extra, mas se diferencia dessa pois é uma noção com, pelo menos, três facetas: frequência, intensidade e duração. A frequência é quando e quantas vezes é cobrado desse desenvolvedor ou equipe participar de períodos extras ao longo do desenvolvimento de um projeto, a intensidade é quando e quanto se agrega horas a mais do que as horas regulares de trabalho, e a duração tem como característica o quanto desse regime de trabalho o desenvolvedor deverá se submeter, se semanas ou meses. Ainda dentro dessa prática há o que se chama de marcha da morte (*death march*) onde é esperado do trabalhador fazer algo em torno de 80 horas ou mais por semana, e em um estudo demonstrou-se que o número de desenvolvedores que responderam que essa era a rotina esperada por seus empregadores dobrou entre 2009 e 2014. Há ainda questões relativas a remuneração dessas horas, além de padrões de trabalho imprevisíveis, na esteira do que se chama de transferência de responsabilidade da empresa para o sujeito (LEGAULT; WESTSTAR, 2017 p. 16).

Quanto ao fator da ética nos jogos, faz-se menção que jogos são como construções, que envolvem a ética para serem levantadas. Assim como há vários padrões de condutas que razoavelmente se esperam de determinada pessoa ou grupo de pessoas, o neoliberalismo espera que sua ética seja vista como a única possível, que se remeta sempre ao indivíduo que ele é o responsável por seu bem-estar, sua educação e valores, e isso também impacta nas produções culturais. Jogos são audiovisuais interativos. Em qualquer jogo algum comportamento será estimulado enquanto outros não, e dependendo do contexto, da narrativa e valoração das ações pode-se definir que um jogo simula uma série de valores, os quais as vezes podem ser compreendidos pelos jogadores. Em *Fable* há um sistema de pontuação para ações, que podem serem más ou boas, conferindo pontos negativos ou positivos ao jogador. Mas nem todo jogo é assim, pois há casos em que não há essa transparência ou até mesmo um sentido interessante, mas é importante destacar aqui que muitos jogos darão dilemas morais a serem resolvidos pelo jogador, sendo uma técnica bastante comum em atividades interativas pois ajudam a prender a atenção de determinada pessoa a história ou o contexto envolvido (ZAGAL, 2009 p. 3).

Um desses jogos é *Manhunt* lançado em 2003 para o console Playstation 2, onde o jogador deve fazer o papel de um criminoso sentenciado a pena de morte, o qual é resgatado antes da execução por um sádico que pretende utilizar o personagem para filmar vídeos conhecidos por *snuff* que em suma são filmagens onde é empregada extrema violência. O sequestrador do preso, conhecido como “diretor” incentiva e ameaça o jogador para que faça ações cruéis e más. Tal jogo foi muito criticado devido à brutalidade exibida, e por encorajar os jogadores a usarem dos meios mais violentos possíveis durante a jogatina, no entanto aponta-se que o intuito do jogo é fazer refletir, entrar nas vestes do personagem e perguntar-se o que deve ser feito? Nisso, uma das escolhas de design do jogo onde é incentivado o uso de um fone de ouvido e microfone, faz com que o jogador escute as dicas do “diretor” que aqui representa uma consciência maligna bem como possa usar da voz para distrair oponentes, sendo um jogo marcado por uma tensão entre o fazer e o não fazer (ZAGAL, 2009, p. 5).

Em síntese, é possível concluir que há no mercado de jogos um ambiente marcado de maneira muito visível pelo capitalismo de mercado pregado pelo neoliberalismo, onde se oferece pouca proteção ou intervenção e muita liberdade empresarial para fazer o que seja necessário para lucrar ou viabilizar os negócios. Há a impressão para alguns de que o lazer do mundo virtual escapa dos contornos

alienantes do mundo real, isso é um mito que a indústria dos jogos busca vender para manter-se em sua posição privilegiada de que são neutros e autossuficientes (CRAWFORD, 2015, p. 9).

3 JOGOS ELETRÔNICOS E AS CONSEQUÊNCIAS JURÍDICAS A AGENTES VULNERÁVEIS

3.1 COMÉRCIO DE JOGOS ELETRÔNICOS E O CONSUMIDOR COMO ALVO: ARTICULAÇÕES NA DEFESA DE DIREITOS

Todo jogador de jogos eletrônicos é consumidor ou consumidor em potencial, assim é necessário estabelecer que enquanto nessa condição é merecedor de proteção especial, sem contar que há no caso dos videogames muita distinção dentro da faixa etária, por serem especialmente feitos tentando incluir o máximo de pessoas possíveis na experiência do jogo. Isso também significa que pessoas em estado de vulnerabilidade especial como aqueles que possuem algum descontrole quanto ao consumo ou que não tenham entendimento total das situações postas por esses produtos também podem estar jogando, proibir estas pessoas de ter esse lazer seria arbitrário, no entanto, não oferecer proteção alguma também não é positivo. Para tanto, há no direito do consumidor a questão do princípio da vulnerabilidade, que está posto para buscar um equilíbrio entre os lados da relação de consumo e além disso, se construiu outra categoria que seria a dos hipervulneráveis, que são aqueles que tem sua dignidade existencial ameaçada pela desigualdade, ou seja, a vulnerabilidade se preocupa mais com aspectos patrimoniais enquanto a hipervulnerabilidade com um bem jurídico um tanto maior (KONDER, 2015, p. 5).

É bem possível afirmar que a sociedade atual encara um fenômeno de consumo crescente e de montas de consumo possivelmente não vistas até então, a globalização como um fato posto demonstra isso e também o requer, sendo que a velocidade em que ocorre essa grande subida de acúmulo econômico trouxe um aumento da vulnerabilidade comportamental do consumidor, que está inserido em um sistema confessional de comportamento, onde ele deve ceder ao assédio dos agentes do mercado, seja seu tempo, suas informações pessoais ou seu dinheiro. Em um sentido, o CDC busca disciplinar práticas comerciais abusivas desde o momento pré-contratual, como anúncios que induzem ao erro ou práticas que apresentarem obstáculos a compreensão do contrato a ser celebrado, ali está a importância de haver limitações legais ao comércio e distribuição de bens e serviços (VERBICARO; RODRIGUES; ATAÍDE, 2018, p. 5).

A desigualdade faz da vulnerabilidade sua consequência direta, por isso, não se pode pressupor que as relações entre consumidor e fornecedor sejam iguais, pois a massificação do consumo torna isso impossível. As relações jurídicas estão cada vez mais permeadas pelos ambientes virtuais sendo o desenvolvimento tecnológico algo não esperado pelo legislador que buscou criar princípios de proteção já na década de 1990. Somando isso, pode-se analisar o princípio da vulnerabilidade da seguinte forma: que a vulnerabilidade não decorre necessariamente de uma debilidade ou incapacidade do consumidor, mas sim do momento que é confrontado com o fornecedor, um profissional com quem criará uma relação jurídica. Ainda que esse consumidor seja ele mesmo um profissional, no momento em que se fará um contrato em área desconhecida ele possui menos força jurídica e fática do que o fornecedor, sendo o contrato de consumo um instrumento jurídico onde uma parte submete-se a outra, especialmente no contexto de contratos de adesão massificados, os quais possuem tecnicismo, extensão e complexidade, predisposição de cláusulas, produtos e serviços até então nunca vistos e até mesmo cláusulas abusivas (CANTO, 2014, p. 53).

A relação de consumo é feita de modo que o fornecedor e o consumidor estão dispostos em lados opostos e tem como objeto o produto ou serviço a ser obtido. Fornecedor para o código de defesa do consumidor é:

Art.3º: Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (BRASIL, 1990).

Muito importante essa conceituação pois inclui estrangeiros como fornecedores, o que no âmbito dos jogos eletrônicos se mostrará útil, visto que a massiva maioria dos criadores de jogos bem como detentores dos direitos autorais são de fato pessoas jurídicas estrangeiras. Já no lado da conceituação de consumidor houve ao longo do tempo distinções doutrinárias sendo notável as teorias finalista e maximalista, de modo que uma versão mista das duas surge advinda da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, para que o profissional também seja considerado consumidor desde que seja comprovado sua vulnerabilidade (SILVA; SANTOS, 2012, p. 125).

Pode-se dizer sobre a teoria finalista que:

De acordo com a corrente finalista, o comerciante e o profissional poderão ser considerados como consumidores, quando adquirirem produtos ou contratarem serviços para o uso não profissional, ou seja, que não tenham nenhuma ligação com a sua atividade produtiva. Desta maneira, estariam utilizando o produto ou o serviço para uso privado, por uma necessidade ou satisfação pessoal, de tal modo, poderiam ser considerados como vulneráveis (NORAT, 2012, p. 83)

Já a corrente maximalista tem como pressuposto que o destinatário final seja toda pessoa que retira o produto ou serviço do mercado para utilizá-lo como destinatário final, não importando então se o uso se dará a fim privado ou profissional, modalidade na qual o consumidor obtém lucro com o consumo. Nesse olhar o código de defesa do consumidor seria um código geral sobre o consumo para todos os agentes do mercado, sendo assim, consideram o disposto no artigo 2º do CDC como algo puramente objetivo onde ao adquirir o produto ou serviço o agente torna-se consumidor, não importando assim a vulnerabilidade, e tem como lógica interna a questão de que os métodos contratuais massificados como os contratos de adesão por si só trazem a necessidade de proteção, o que implica que a única pessoa que não é consumidor é aquela que no momento da aquisição do serviço ou produto estiver vinculada ao processo de produção, nesse caso, o agente torna-se fornecedor (NORAT, 2012, p. 84)

Aqui cabe ressaltar que apesar de ter seus méritos a teoria maximalista não parece a mais adequada visto a dinâmica da vulnerabilidade que está inserida expressamente no código, e mais precisamente exposta na política nacional de relações de consumo artigo 4ª inciso “I” do CDC a qual consta:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:
I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (BRASIL, 1990).

Ignorar a necessidade de ser vulnerável traria ainda mais poder a grandes corporações pois no momento de contratar uma outra empresa para fazer um serviço por exemplo, teria atraído para si proteção especial pois estaria na condição de consumidor, e seria considerada como consumidor. Nesse sentido a empresa contratada que poderia ser menor que a contratante tendo assim, menos poder econômico, paradoxalmente seria menos protegida que sua contraparte o que poderia

subverter a lógica da lei. Nesse contexto surge a teoria mista que pode ser exposta do seguinte modo:

Destinatário final seria aquela pessoa que adquire o produto ou o serviço para o uso privado, porém, admitindo-se esta utilização em atividade de produção, com a finalidade de desenvolver atividade comercial ou profissional, desde que seja provada a vulnerabilidade desta pessoa física ou jurídica que está adquirindo o produto ou contratando o serviço (NORAT, 2012, p. 84).

Assim, deve-se entender que o código do consumidor não deve regular a troca comercial entre dois fornecedores, o que fica a cargo do código civil brasileiro, sendo assim a teoria mista a mais adequada a luz dos princípios e da lógica do CDC, código que dispõe em seu artigo 4º inciso III os seguintes princípios:

Harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; (BRASIL, 1990).

Nota-se que o legislador incluiu nesse inciso algo muito importante que é a questão da boa-fé objetiva, o que não era parte da legislação nesse âmbito até então, sendo geralmente a palavra boa-fé interpretada antigamente pelos tribunais em sua acepção subjetiva, onde era caracterizada pelo estado de ausência de intento malicioso, de pensar agir conforme o direito comanda. A boa-fé objetiva é uma espécie de cláusula geral onde ambas as partes devem colaborar mutualmente para atingir os objetivos estabelecidos no contrato (TEPEDINO; SCHREIBER, 2003, p. 142).

E ainda:

A doutrina brasileira, na esteira dos autores germânicos atribui à boa-fé uma tríplice função, assim composta: (i) função interpretativa dos contratos; (ii) função restritiva do exercício abusivo de direitos contratuais; e (iii) função criadora de deveres anexos ou acessórios à prestação principal, como o dever de informação e o dever de lealdade (TEPEDINO; SCHREIBER, 2003, p. 144).

Aqui pode ser visto que a boa-fé objetiva gera com sua tríplice função consequências jurídicas a todo CDC e isso significa que ao consumo igualmente. A primeira função deve servir como um critério de hermenêutica, onde deve-se olhar o contrato de forma que não haja malícia na interpretação dele a fim de prejudicar uma

das partes, e sua segunda função serve como limite, sendo um critério de diferenciação do exercício regular do direito e o exercício abusivo. E finalmente, a terceira função é a extração de deveres anexos, isso é, deveres que estão inseridos no contrato por razão de lei, que são, a exemplo: lealdade, proteção e informação (TEPEDINO; SCHREIBER, 2003, p. 145).

Ainda sobre a boa fé em contratos complexos como os bancários, financeiros e securitários:

Boa fé é um pensar refletido, é o pensar no outro, no mais fraco, no parceiro contratual, nas suas expectativas legítimas, é lealdade, é transparência, é informação, é cooperação, é cuidado, é visualização e respeito pelo outro. Estes 4 serviços do título de nosso congresso são, pois, fazeres complexos, grupos de contratos, sistemas de operações, serviços conexos, contratos de adesão, guiados todos por um paradigma básico que deve ser a boa fé (MARQUES, 2002, p. 48).

A boa fé, segundo o entendimento contemporâneo é uma espécie de princípio, um padrão de comportamento, no qual as partes buscam operar em ordem e dentro de padrões onde se respeitem as expectativas legítimas uma das outras, assim, há a importância jurídica e a consequente tutela da lealdade, honestidade e confiança que um possui sobre o comportamento do outro. Pode haver pessoas atuando fora da boa-fé ainda que não possuam má-fé (TAVARES, 2019, p. 398).

Quanto ao princípio da função social do contrato, destaca-se que as partes possuem poderes para criar obrigações, no caso que se assemelha à lei, e mesmo que em menor escala, confere poderes, os quais devem ser limitados pelos interesses sociais, que se sobrepõem aos interesses individuais sempre que possível. Tal princípio é o limitador da autonomia privada, o que não implica na superação da mesma ou resignação, mas sim uma busca pelo equilíbrio. Nesse sentido:

Desse entendimento pode-se aferir que o princípio da função social, nos termos de seu objetivo, pode incrivelmente conduzir uma pessoa a contratar mesmo que seja contra a sua vontade, ou seja, que ela estabeleça contratos que lhes sejam obrigatórios, como, a exemplo, o seguro de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Vias Terrestres (DPVAT) e o Imposto sobre Propriedade de Veículo Automotores (IPVA). Mas não apenas isso, é possível também o efeito contrário, isto é, por força do mesmo princípio pode-se impelir uma pessoa a não contratar, quando justamente os fins do contrato visem prejudicar a terceiros (TAVARES, 2019, p. 406).

Sobre os deveres anexos, pode-se ressaltar que há papel importante dos mesmos na publicidade e outras práticas comerciais, pois um desses deveres é o de

informação, que impõe a obrigação de dizer para que serve o produto, para que não serve, bem como a totalidade de suas características. O dever de informação orienta o pós-consumo tanto quanto a etapa pré-contratual. As empresas cientes da necessidade de entrarem em contato com o grande público orientam suas estratégias de marketing alinhadas a questões sociais e ambientais mas isso deve ocorrer também com o fim de informar pois a publicidade deve servir não somente para vender mas para informar acerca dos produtos e serviços ofertados (EFING; BAUER; ALEXANDRE, 2013, p. 47).

É possível afirmar que o CDC se preocupa extensivamente com o acesso, a liberdade do consumidor ter para si as informações necessárias para fazer uma escolha segura e garantida, visto que há em certas formas de consumo os riscos inerentes advindos do produto obtido, seja uma simples lata de algum alimento ou tinta que apresente algum grau de toxicidade cujo uso deve ser feito com cautela. Há vários níveis de perigo dependendo do produto quisto, mas o dever de informação não serve tão somente para isso, mas também para poupar o consumidor de estresse e de uma compra que a ele não serve.

A maior parte dos tipos penais do CDC é motivada pelo direito a informação. Jogos de videogame também são produtos, mas podem ser também oferecidos serviços que os envolvam. Como seria o caso da oferta de jogos eletrônicos pelo *streaming* (apesar de ser controverso para alguns ser considerado como serviço). Portanto, os jogos eletrônicos também devem ser vistos como uma forma de consumo, deste modo submetidos aos deveres gerais e anexos do CDC, sendo que a publicidade dos jogos por vezes é falha em um aspecto pois não pretende trazer transparência acerca da oferta ao destinatário. Logicamente por serem empresas multinacionais e o tipo de produto não ser algo comum ou ordinário acaba-se flexibilizando algumas coisas, pois é difícil traçar linhas do que foi uma publicidade enganosa ou não nesse campo, e as empresas produtoras sabem dessa dificuldade por vezes se aproveitando dela (HARTMANN, 2012, p. 169).

Sobre os jogos eletrônicos e microtransações, é ilustrativo o caso de *League of Legends*, um jogo online gratuito conhecido pelo seu cenário de competitividade e de popularidade entre os jogadores, sendo ao lado de *Dota 2*, um estilo de jogo onde cinco jogadores devem enfrentar outros cinco com o objetivo de destruir as estruturas do lado oposto, em especial a estrutura principal, que concede a vitória. Esse estilo de jogo também é conhecido por *MOBA* (arena de batalha multijogador online). Para começar a partida é necessário que o jogador escolha um

personagem, que terá seu próprio kit de habilidades, e uma aparência própria que pode ser customizada com a aquisição de cosméticos (*skins*), como o jogo se propõe a ser gratuito ele é monetizado pelas microtransações desses cosméticos, ficando a cargo do jogador decidir se vai desejar comprar ou não algo dentro do jogo. Esse jogo utiliza de uma estratégia bem comum que é o dinheiro intermediário, onde deve-se pagar quantia X para obter quantia Y de dinheiro virtual, isso é bastante comum pois atrapalha o senso de valor por parte do comprador, por exemplo, se hipoteticamente 500 moedas do jogo custam 40 reais, e determinado item custa 200 moedas, tal item custará cerca de 16 reais, mas o consumidor raramente faz esse cálculo, geralmente usa de aproximação e ajustes, seguindo essa linha de raciocínio ele pensará que 200 é menos que a metade do que investiu, assim o valor é mais atrativo ao comprador (KING, 2016, p. 1367).

Prosseguindo, em *League of Legends* apesar de ter duas moedas, uma gratuita e outra paga, a gratuita toma tempo para um novo jogador adquirir, e assim usar para comprar novos personagens, o que torna vantajoso para alguns simplesmente colocar créditos pagos e comprar esses personagens com dinheiro real, além de que há cosméticos exclusivos para a moeda paga o que atrai jogadores mais antigos também, que em teoria poderiam possuir todos os personagens e então só serviria mesmo para esses itens em especial, que diga-se confere ao jogador status perante a comunidade do jogo. Mas o que não se conta sobre essas compras em *League of Legends* é que o jogador ao efetuá-la não ganha direitos de propriedade sobre esses bens, mas sim uma licença para usar esse conteúdo, o que implica que a empresa detentora pode a qualquer momento excluir um personagem ou apenas o cosmético. Apesar de ser improvável, isso demonstra que a empresa possui sim controle unilateral e completo sobre o acesso dos jogadores as microtransações, esse contrato se estabelece geralmente com a distribuidora do jogo dando os termos onde o jogador para ter acesso deve clicar em um botão de “Eu aceito” o que vincula o jogador a certas imposições e obrigações para com a empresa, algo típico de contrato de adesão (KING, 2016, p. 1380).

Sobre os contratos, afirma-se que com o advento do Estado Social há profundos impactos na interpretação dos mesmos bem como o alcance que possuem, isso inclui os contratos do Código Civil, mas também aqueles do CDC. Com esse fenômeno surgem os princípios sociais do contrato, que são: a) princípio da função social do contrato; b) princípio da boa-fé objetiva; c) princípio da equivalência material

do contrato. O primeiro implica na adequação dos interesses individuais estabelecidos no contrato com os interesses sociais, sempre que possível (LÔBO, 2002, p. 13).

Dando contornos a isso, sobre a relação entre o Estado Social e os contratos:

A função exclusivamente individual do contrato é incompatível com o Estado social, caracterizado sob o ponto de vista do direito, como já vimos, pela tutela explícita da ordem econômica e social na Constituição. O art. 170 da Constituição brasileira estabelece que toda atividade econômica – e o contrato é o instrumento dela – está submetida à primazia da justiça social. Não basta a justiça comutativa que o liberalismo jurídico entendia como exclusivamente aplicável ao contrato. Enquanto houver ordem econômica e social, haverá Estado social; enquanto houver Estado social, haverá função social do contrato (LÔBO, 2002, p. 16).

Quanto a equivalência material do contrato afirma-se que é instrumento que procura equilibrar os direitos e deveres do contrato desde antes de sua criação até a fase pós-execução, isso ajuda manter o contrato justo quando foi mal concebido ou para corrigir desequilíbrios que advenham com o passar do tempo, sendo eles previsíveis ou não, além de não obrigar uma das partes a uma onerosidade excessiva, o que alterou o entendimento do princípio *pacta sunt servanda* (LÔBO, 2002, p. 18).

Há atualmente na área dos estudos sobre jogos eletrônicos o que se conhece por psicologia por trás do jogo, onde se fazem pesquisas do ramo da psicologia para explicar certos fenômenos relacionados a esses jogos. Aponta-se que esses estudos apesar de recentes em termos históricos se desdobraram majoritariamente em duas linhas: os efeitos dos jogos em excesso para as crianças e se jogos tornam ou não crianças e adolescentes mais violentos. Ocorre que atualmente há uma grande parte de jogadores que escapam desse grupo ou faixa etária, pois são adultos. E sugere-se que não há prova suficiente de que esses jogos prejudicaram a vida e o funcionamento dessas pessoas, e de fato há sugestões de que jogar videogames na verdade tem aspectos positivos na habilidade de comunicação, por exemplo (WOOD *et al*, 2004, p. 1).

Isso é importante destacar pelo fato de que tradicionalmente a preocupação com os jogos de videogame são quanto ao fator comportamental e pouco se preocupou com os diversos aspectos de ordem econômica ou jurídica, por exemplo. É inegável que o comportamento é uma área de estudo importante mas o enfoque é melhor dado quando há claros prejuízos na vida desses indivíduos mais do que quando são danos hipotéticos ou não tão concretos. Como se verá, alguns países ou blocos de países como é o caso do Reino Unido buscaram regulamentar melhor o

mercado de bens digitais e mais especificamente o de jogos eletrônicos, onde pode-se mencionar uma diretiva de práticas comerciais injustas que buscou restringir os modos que se comercializam ou disponibilizam produtos como jogos. Nesse contexto onde se inserem as compras dentro de aplicativos ou microtransações, trouxe o direito, certos requisitos para a comercialização de jogos como: informações sobre o preço inicial, subsequente e opcional, informação material, como são os termos e condições para uso do produto e, serviço e informações sobre quem está provendo esse produto ou serviço, no caso com serventia de identificar para quem deverá ser endereçado um processo ou reclamação por exemplo (SÍTHIGH, 2014, p. 12).

Além disso, foram feitos apontamentos pelas autoridades competentes a respeito de que o desejo comercial deve ser distinto do que é jogabilidade, sendo assim, criar uma falsa impressão de que é necessário pagar para progredir quando não é o caso, ou seja, fazer o consumidor pensar ter que pagar quando não é necessário é uma prática ilegal. Não se limitando a isso, as autoridades criaram princípios para prevenir práticas que se favorecem de crianças, incluindo questões sobre o pagamento facilitado ou automático (SÍTHIGH, 2014, p. 13).

As discussões e articulações em defesa dos consumidores globalmente tem se dado no caso dos jogos eletrônicos em relação a algumas práticas comerciais que usam de elementos de jogos de azar para ajudar na obtenção de lucro. Isso ocorreu nos Estados Unidos em 2017, mas não somente ali, pois na Alemanha o parlamento da Baviera pressionou por uma investigação sobre a natureza das *lootboxes* e sua relação com os jogos de azar. Além disso, o ministro da justiça belga pediu por ações contra *lootboxes* que misturavam esses elementos. Jogos atualmente se caracterizam tanto como produtos mas também em alguns casos como serviços onde o desenvolvimento é constante para que se adicione conteúdo e se venda mais, o que é tradicional nos modelos “gratuitos” de jogos. Há que se destacar que a monetização dos jogos é bem flexível e que há diversos diferentes modelos coexistindo, destacam-se alguns deles: pagamento único, *freemium*, grátis com anúncios, assinatura, compra de conteúdo, grátis com microtransações disponibilizadas como itens e grátis com microtransações baseadas em sorte (KOEDER; TANAKA; MITOMO, 2018, p. 5).

As experiências do Japão com os videogames também são relevantes para compreender que abordagem se dá aos jogos conforme a cultura de determinado país. Neste norte pode-se destacar que nessa nação em específico os modelos baseados em microtransações já eram conhecidas há mais tempo, antes mesmo dos

smartphones modernos, em uma prática conhecida como *Gacha* ou *Gachapon*, denominação essa que vem das máquinas onde se insere uma moeda e ganha-se uma cápsula com prêmio aleatório, dentro de uma determinada variedade de brinquedos, cuja raridade também varia. Essas máquinas eram comuns a época no Japão, tendo os jogos mobile da época também adaptado essas mecânicas e, portanto, não se vendiam itens diretamente, mas sim uma chance baseada na sorte do comprador. É daí que se originam várias práticas distintas, como por exemplo o *kompugacha*, onde ao comprar tantos itens ganha-se um extra mais raro ou especial, *sugorokugacha*, onde há uma mecânica de progressão de casas como se um tabuleiro fosse, *redraw gacha*, onde dá-se a chance grátis ou onerosa de obter item diverso daquele ganho e não quisto, *consecutive gacha*, no qual comprar mais itens aumenta a probabilidade do próximo ser algo mais raro, e por fim o *open/closed gacha*, no qual há informação acerca da probabilidade de obter determinado item (KOEDER; TANAKA; MITOMO, 2018, p. 8).

O Japão acabou por regular ao longo do tempo algumas das práticas elencadas acima, como foi o caso do banimento do *kompugacha* em 2012. Além disso, as próprias empresas com grande participação no mercado mobile estabeleceram um acordo para mostrar as chances dentro do *gacha* de seus respectivos jogos, apesar de não ter atingido todo o segmento, foi uma iniciativa de autorregulação, e não foi a única, pois a associação do setor de entretenimento digital propôs que entre outras coisas, se aderisse a uma das seguintes condições: a) que o preço estimado para obter qualquer item raro estivesse dentro da quantia de 50 mil ienes, e caso ultrapassasse essa monta que se mostrasse o valor estimado para obtenção do item; b) o limite máximo e mínimo para a distribuição de itens raros ser disponibilizado ao consumidor; c) a taxa de distribuição para cada tipo de item raro ser mostrado. Na China, por exemplo, houve a demanda para que as distribuidoras de jogos estudassem e gravassem as probabilidades de obter itens durante pelo menos 90 dias, para que fossem disponibilizadas aos consumidores, e na Coreia do Sul houve punições para algumas empresas transgredindo regras autorregulatórias, como não demonstrar as chances ou até mesmo mostrá-las incorretamente (KOEDER; TANAKA; MITOMO, 2018, p. 15).

Voltando ao Reino Unido, há entendimento por parte da legislação que *lootboxes* não seriam parte constituinte de um jogo de azar, desde que não possam ser trocados por valores reais. Houve manifestação do governo de que o PEGI (Sistema de informações pan-europeu para jogos) estaria discutindo mudanças em

suas diretrizes para que melhor se protegesse os consumidores de práticas enganosas ou agressivas. Já na Holanda as autoridades competentes publicaram um estudo onde analisaram dez diferentes jogos, sendo que quatro deles estariam em desconformidade com a lei, principalmente por conterem bens digitais que podiam serem vendidos em mercados secundários, e assim possibilitavam o que seria conhecido por *cash-out*, nesse estudo reconheceu-se o óbvio: bens digitais em jogos possuem valor real. Ainda, reconheceu-se no estudo que há risco moderado a alto de desenvolver vício em comprar *lootboxes* o que poderia encorajar jovens a participarem em alguns outros jogos de azar, o que por sua vez constitui uma violação ao Direito holandês (WONG, 2019, p. 121).

Já no caso da Bélgica logo após a publicação do estudo holandês, houve uma edição própria belga acerca dos *lootboxes*, essa publicação concluiu que os jogos em análise de fato tinham todos os elementos de um jogo de azar os quais seriam caracterizados por: serem jogos onde há aposta de alguma monta ou algum tipo, e cuja consequência seja a perda dessa aposta por, pelo menos, um jogador, ou ganho da mesma por outro, ou pelos organizadores do jogo a qual a sorte é um fator, ainda que seja apenas fator auxiliar. Na França, as autoridades declararam que os *lootboxes* e o *gacha*, em geral, desobedeciam ao Direito e as diretrizes sobre jogos de azar pois pessoas em idade inferior ao limite legal tinham acesso as práticas desses jogos sem qualquer forma de verificação etária, as quais introduziam a essas pessoas os conceitos centrais de jogos de azar e que há falta de transparência pelos algoritmos que geravam os prêmios. Mesmo assim, a França se mostrou favorável a regulamentar as *lootboxes* cooperativamente com outros regulamentadores europeus, visto que nesse país há jogos de azar permitidos, como é o caso do pôquer e das apostas no esporte. Na Austrália, as autoridades sugeriram que devesse considerar banir jogos com essas práticas para pessoas cuja idade seja menor que a legal, e que tais jogos contivessem na rotulagem conteúdo de jogo de azar (WONG, 2019, p. 125).

Pode-se destacar que houve um longo caminho para os jogos eletrônicos no Brasil, que inicialmente eram tratados como software comum, o que somente muda no ano de 2003 quando se reformulou os processos e abordagens das políticas públicas de cultura, em especial para os setores audiovisuais emergentes, caso dos jogos eletrônicos. Durante as décadas anteriores pouco se produziu no país sobre esse tipo de produto, onde o foco era majoritariamente publicitário e educativo com poucas criações originais. Disso surge em 2004 a Associação Brasileira das

Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos ou Atragames, que tinha como intuito de promover a indústria brasileira de jogos (ZAMBON; CARVALHO, 2017, p. 240).

No Brasil não houve um movimento para fazer uma legislação específica para os jogos eletrônicos, apesar de saber-se que os contratos dos atletas de *e-sports* são regidos pela Lei Pelé, e que as leis gerais feitas para certas situações são aplicáveis aos jogos, como é o CDC. É conhecido o fato de que os jogos movimentam no país uma enorme quantia de dinheiro e que uma boa parte da população joga algum tipo de jogo eletrônico, mesmo que seja jogos simples como os mobiles. Ainda, é factual que os termos de uso de certos jogos possuem natureza negocial e inclusive a *Blizzard*, uma das maiores empresas do setor denomina seus termos como “contrato”, o que deixa claro a natureza de um negócio jurídico, mais especificamente um contrato eletrônico. Analisando mais esses termos de uso se verá que possuem sujeitos, objetos e um instrumento formalizador do pacto que liga as partes interessadas, com prestação e contraprestação, pois mesmo nos jogos gratuitos há monetização onde o fornecedor auferir lucro, seja com anúncios ou compras opcionais (CONSALTER; DOS ANJOS, 2018, p. 329).

Nota-se que os jogadores se caracterizam nesses contratos como consumidores pois são destinatários finais do produto ou serviço e inclusive os termos de uso desses jogos eletrônicos definem que o jogador é o usuário final, nesses mesmos termos. Portanto são os consumidores de jogos aptos a beneficiar-se da proteção legal conferida pelo Código de Defesa do Consumidor, e sendo assim, estão em situação de vulnerabilidade frente ao fornecedor/desenvolvedor. Não somente, vê-se que a maioria desses contratos estão estipulados de forma que ou o consumidor aceita todas as cláusulas ou lhe é negado o fornecimento, não havendo paridade ou negociação livre por parte do consumidor, pelo qual se nota serem contratos de adesão. Esses termos se utilizam de técnicas como extensão pouco razoável, linguagem complexa e letras pequenas, que estimulam o jogador a simplesmente aceitar e clicar em um botão para prosseguir o que deve ter implicações reais ao direito à informação do consumidor. Obviamente há termos que são válidos, quando buscam limitar por exemplo, abusos contra outros consumidores, caso onde seria justo restringir o acesso de determinado indivíduo que descumpra regras de boa convivência ou até as leis do país (CONSALTER; DOS ANJOS, 2018, p. 332).

Ressalta-se novamente que há más interpretações ou desconhecimento por parte dos jogadores acerca das imposições dadas pelas empresas de jogos, que limitam ou excluem certos direitos, principalmente quanto ao que tange a conta que

possuem dentro de um jogo. Desde a falsa percepção que são donos de suas contas, até da possibilidade de comercializar essas contas. Além disso o saldo posto dentro de uma loja virtual de determinado jogo geralmente não pode ser usado para outros fins que não compras dentro do jogo ou nem se quer ser retirado para outro uso, além de poucas empresas garantirem o direito de arrependimento (CONSALTER; DOS ANJOS, 2018, p. 335).

Ao se dar um olhar mais centrado nas questões é possível ver que em vários países houve um tratamento legal mais específico para as questões que envolvem a monetização de jogos eletrônicos, em que pese nem sempre sejam as melhores medidas, há de ser ressaltado que houve, pelo menos, uma preocupação formal em proibir ou proteger mais eficientemente os consumidores que estão participando desse mercado, seja informando ou restringindo o acesso a determinados tipos de produções. Ainda que o mercado do ramo de componentes que são necessários para que se viabilize a criação de dispositivos como consoles, computadores e celulares esteja de fato atingido pela grave crise do COVID-19, não é possível afirmar que haverá o declínio desses mercados, e mais especificamente o mercado do software, pelo contrário, há bons indícios de que se criem cada vez mais bens digitais o que inclui jogos, itens em jogos, entre outros. O código do consumidor já não conseguiu sozinho regulamentar todos os aspectos contidos nesses produtos e nesses serviços, e com os avanços da tecnologia as perspectivas de que hajam mecanismos de proteção suficientes são muito poucas. Não se pretende entrar aqui em uma discussão sobre a existência ou não de “brechas” na lei, pois esse debate conduziria a um lado que pouco agregaria no presente trabalho e levaria a uma discussão demasiada complexa e extensa, sendo assim, pretende-se visualizar no seguinte item mais especificamente como que práticas por vezes predatórias acontecem em que pese existam leis, apesar de não serem específicas, demonstrando em que sentidos esse mercado se aproveita de seus usuários.

3.2 A PROTEÇÃO JURÍDICA OFERECIDA AOS CONSUMIDORES DIANTE DAS PRÁTICAS PREDATÓRIAS NOS JOGOS ELETRÔNICOS: COMO OS CONSUMIDORES SÃO LESADOS

O presente item se dedicará a trazer as práticas mercantis dos jogos de videogame, o que se pode definir pela pergunta “como ocorrem?” E também indicar os locais que ocorrem, ou “onde acontecem?” Nesse sentido é essencial a

compreensão dos conceitos de *gacha* até aqui apresentados, pois vão permear as modalidades de monetização. Embora há de se reconhecer o papel dos jogos mobiles e o fato de que também possuem mecânicas próprias para serem monetizados, o foco do trabalho e do presente item serão os jogos eletrônicos de console e de computador, mais especificamente.

Com o passar do tempo, a natureza veloz da tecnologia costuma deixar para trás as leis, muitas vezes deixando-as totalmente obsoletas, e isso deixa a maior parte dos países em uma condição precária quanto a tutela de certos interesses e direitos. No caso dos videogames a primeira discussão levantada pela tecnologia era de natureza moral, mas houve também discussões científicas, que no caso ficaram centradas na área da psicologia e geralmente envolviam perguntas a respeito da violência e do conteúdo exposto por essas mídias interativas e sua influência na formação da personalidade de determinadas pessoas. Apesar dessas pesquisas não terem tido muito sucesso em comprovar absolutamente que isso é um fenômeno real, não é possível dizer que não foram importantes, longe disso, inclusive a premissa de evitar a formação de sociopatas é algo que faz sentido, especialmente naquela época. Ainda, deve-se lembrar que a possibilidade de falsear as premissas é o que constitui a ciência em seu estado essencial, e nesse caso a relevância da falha foi tão importante quanto se a resposta fosse afirmativa. Tendo sido superadas essas hipóteses na maior parte, restava o embate moral, que nos Estados Unidos se encerrou no caso *Brown v. Entertainment Merchants Association*, onde declarou-se que o banimento de jogos considerados violentos por parte do estado da Califórnia feria a liberdade de expressão (CASTILLO, 2019, p. 166).

Hoje em dia, o contexto das discussões sobre jogos eletrônicos está centrado no aspecto financeiro dos mesmos, mais do que na parte artística. Isso é tão real que os jogos que antes eram considerados produtos de nicho hoje faturam quantias que antigamente só eram esperadas de filmes superpopulares, como foi o caso de *Call of Duty: WWII*, que fez um bilhão de dólares em vendas. Isso não demonstra, no entanto, as dificuldades do setor, que sofre cada vez mais com altos requisitos e expectativas, o que acresce no custo do desenvolvimento e força muitos pequenos estúdios a serem absorvidos por empresas maiores. Para que pudessem fornecer produtos de alta qualidade as empresas buscaram métodos que permitissem o ganho de receita adicional, majoritariamente utilizando-se da conexão de internet, o que permite facilitar as vendas bem como coleta de dados que são essenciais para compreender o mercado em que estão inseridas (CASTILLO, 2019, p. 167).

Destaca-se o movimento da indústria dos jogos para a produção de jogos capazes de unir pessoas em torno de uma experiência. Jogos inicialmente foram feitos para um só jogador ou no máximo dois jogadores simultâneos, isso foi mudando radicalmente quando do surgimento de conexões estáveis de internet ao redor do globo. E quando se trata de jogos para computador algumas empresas tomaram posições de destaque, e tudo isso em conjunto é o que possibilita os jogos serem monetizados via microtransações. Uma dessas empresas é a plataforma conhecida por *Steam*, onde jogos podem ser adquiridos bem como microtransações, sendo possivelmente a maior loja de jogos e afins globalmente, e sendo uma empresa dominante ela cede aos desenvolvedores seus kits de desenvolvimento para que possam integrar facilmente funções da loja em seus jogos. A *Steam* oferece diversos meios de adicionar dinheiro na “carteira *steam*” como crédito, débito, boleto, *Paypal* e até mesmo *gift cards*, o que facilitou e muito a aquisição de jogos e seus conteúdos extras, uma vez que basta acessar a conta e abrir a loja ou sua biblioteca de jogos para ter acesso à centenas de milhares de possíveis compras (TOMIC, 2017, p. 249).

A empresa por trás da *Steam* é a *Valve Corporation*, uma empresa gigantesca do ramo dos jogos que possui estúdios, divisão para produção de hardware além da já mencionada maior loja de jogos. Um dos jogos em que a empresa diretamente está envolvida é o jogo *Counter-Strike: Global Offensive*, que foi um divisor de águas para os jogos do gênero de tiro em primeira pessoa, visto sua popularidade e seu cenário extremamente competitivo de e-sports¹, onde jogadores são pagos com patrocínios e salários por recrutadoras para participarem de torneios e ganharem prêmios de milhares a milhões de dólares. É possível dizer que muitas pessoas e negócios dependem do jogo para sobreviver e movimenta-se muito dinheiro nessas transações, patrocínios e torneios, inclusive com a venda de direitos de exibição dessas partidas, que chegaram a ser exibidas em alguns países na rede de televisão (HARDENSTEIN, 2017, p. 121).

Com a alta na popularidade dos jogos competitivos multijogador há um consequente aumento na economia digital desses, o que proporciona um local propício para as microtransações, apostas entre tantos outros meios de ganhar e perder dinheiro. Sendo um dos jogos mais populares do ramo dos esportes eletrônicos *Counter-Strike: Global Offensive* tem uma economia extremamente vívida de itens, que podem ser vendidos na loja *Steam* em um local conhecido como “Mercado da

¹ *E-sports* são modalidades competitivas ou esportes eletrônicos de jogos que possuem essas características, permitindo a competição profissional em torneios e campeonatos.

Comunidade”, que conecta jogadores com interesses comuns, onde por exemplo, jogador A anuncia uma determinada *skin* com certas características especiais e o jogador B pode adquirir ela com os valores que possui em sua carteira virtual. É possível também trocar diretamente dois itens, mas não é muito comum pois geralmente há disparidade entre o valor de um e outro (HARDENSTEIN, 2017, p. 121).

Deve-se reafirmar que obter itens virtuais cosméticos é algo realmente simples, e no jogo mencionado há, pelo menos, cinco formas principais de se fazer isso: a primeira é simplesmente jogar e adquirir o item via o sistema de *drops*, que é uma forma que se recompensa o jogador por participar do jogo, *drops*, diferentemente de recompensas de progressão, são aleatórios, por isso não há como saber de antemão que item será ganho nem mesmo o valor dele, geralmente esses itens obtidos gratuitamente não possuem muito valor, apesar que há sim itens capazes de gerar ao jogador um bom proveito econômico. O segundo método é comprando uma *lootbox*, que se ressalta também ser um processo aleatório, e muitas vezes os *drops* são, na verdade, uma dessas caixas, que não se pode abrir sem uma chave, então o funcionamento do mercado desse jogo em específico é obter uma caixa (que possui valor econômico flutuante) e uma chave (que possui valor fixo) e então abrir o pacote e esperar que seja gerado um determinado item que compense a transação, seja por ser mais valioso que a caixa e a chave, ou por valor sentimental. O terceiro meio é adquirir um passe, que possui recompensas por completar determinadas tarefas, recompensas que podem ser algo fixo ou até mesmo uma *lootbox* pronta para ser aberta. A quarta opção é comprar do “mercado da comunidade *steam*” que possui taxa de transação, e por isso se cobra cerca de 15% do valor do anúncio, e o último método é usar sites de terceiros, que usam de robôs automatizados para trocar o item com o jogador e são meios geralmente menos seguros de se obter itens, e inclusive podem envolver jogos como Pôquer ou roleta e apostas em jogos profissionais, entre outras coisas. Seu funcionamento envolve depositar valores ou itens para os robôs, que lhe concedem crédito no site, e então pode-se usar esse crédito de milhares de modos, como os descritos acima, apesar que o jogador sabe que ao fazer isso a Valve não se responsabiliza pelas perdas ou fraudes que o jogador vier a sofrer (HARDENSTEIN, 2017, p. 123).

Em outros jogos não são muito diferentes as perspectivas. No caso da série *FIFA* possivelmente a série mais famosa de jogos de futebol para videogames e computadores, sendo um jogo chave para sua empresa publicadora a *Electronic Arts* ou EA, que data pelo menos desde a década de 90 e desde então há anualmente

um lançamento dentro da série, esses jogos são lançados com algumas alterações cada ano, como avaliação dos jogadores, gráficos e músicas, as vezes alguns elementos de jogabilidade, entre outros (SIUDA, 2021, p. 3).

Há diversos modos para se divertir com os jogos *FIFA*, como partidas amistosas, torneios, modo carreira e o mais popular e trabalhado modo do jogo que é o *FIFA ULTIMATE TEAM*, que surgiu pela primeira vez no *FIFA 09*, onde os jogadores são incentivados a competir uns com os outros, e podem perseguir diversos objetivos diferentes. Nesse modo os jogadores devem criar seus times dos sonhos a partir dos jogadores que possam comprar, e competir para subir nas ligas ranqueadas ou nos torneios chamados de ligas de final de semana, ou até mesmo objetivarem construir o melhor time possível se assim desejarem. As temporadas coincidem com o lançamento do jogo subsequente onde recomeça o ciclo de construção de times. Para obter os atletas é necessário comprar pacotes que podem ser classificados como bronze, prata e ouro, e podem conter também estádios, roupas além de vantagens como melhorias para os jogadores ou troca de posição de determinado jogador. Os melhores benefícios vêm com os pacotes ouro, sendo eles os mais raros e difíceis de se obter. Se verá que pode se obter pacotes jogando, mas isso leva muito tempo de jogo para conseguir, e por isso há a opção de comprar com dinheiro real, na verdade, com pontos do *ultimate team* que se ressalta ser uma moeda intermediária (SIUDA, 2021, p. 3).

Ainda sobre a série *FIFA*, é possível destacar seus elementos de *gacha*, presentes principalmente na abertura de pacotes, que possuem diversas variedades, o que influencia muito no preço final do pacote. Por exemplo, um pacote regular de ouro no jogo custa cerca de 100 pontos, enquanto um ouro “premium” pode custar cerca de 150 pontos. O valor real dos pontos são seis reais para cada centena ou o pacote mais caro de 12.000 pontos que sai cerca de R\$ 499,00 o que possibilita o jogador abrir cento e vinte pacotes regulares. Na aparência isso poderia significar que o valor dos pacotes são relativamente baixos pois seis reais não é muita coisa hoje em dia, mas ressalta-se que o lucro da empresa é justamente a venda de muitos pacotes de uma vez só, pois não se dá a garantia de que jogador se ganhará ao abrir determinado pacote, na verdade a única garantia é sobre a pontuação do jogador, que no caso de um pacote premium será 100% a chance de ganhar um jogador 75 pontos ou mais e de apenas 4.2% de um jogador 84 pontos ou mais. É possível ver no site do jogo que essas probabilidades são apenas ilustrativas, e que podem variar, se caracterizando assim como uma espécie de *open gacha*. Ainda para efeito de

comparação há jogadores de 92 pontos no jogo, como é o caso de Robert Lewandowski, as chances para jogadores específicos não são demonstradas no jogo, mas pode-se presumir que se um jogador 84 pontos é cerca de 4.2%, um de 92 será extremamente raro de se conseguir (SIUDA, 2021, p. 10).

Novamente se diz que microtransações se baseiam em modelos econômicos nos quais se vendem produtos em partes, inclusive, há estímulos para criação de mundos virtuais todos baseados em microtransações, onde muitas vezes o jogo necessita a realização delas para que o jogador se mantenha competitivo ou até mesmo tenha acesso a elementos de jogabilidade essenciais. Os *NFTs* que surgiram para “facilitar” a venda de itens e dar aos jogadores independência sobre suas contas também tem um lado oposto, onde se vendem esses itens de *NFT* para entrar no jogo, e muitas vezes há de se conceder bastante dinheiro para adquiri-los. Há uma crescente preocupação com a facilidade em que crianças conseguem entrar nesses mercados, uma vez que com os modelos de pagamento automatizado fornecidos propositalmente pelas empresas que fazem a gestão financeira dos jogos eletrônicos permitem a compra de itens com um só clique. Somado a isso, há a crença de certos pais que determinados jogos são gratuitos ou já estariam pagos, e quando menos esperam se deparam com os modelos *freemium*, de anúncios e microtransações inseridas em jogos que já são caros para serem obtidos. Não se resumindo a isso, os jogos reforçam comportamentos para sua monetização, inclusive de gastos excessivos, partindo de diversas táticas, como é o caso do reforço por recompensa onde o jogador é recompensado por fazer determinadas atividades como assistir anúncios ou o *kompugacha* que lhe dá um item mais raro ao comprar quantia X de itens. Apesar de ser banido no Japão, como já mencionado, a prática ainda existe, tendo sido adaptada as necessidades legais de cada país bem como as necessidades econômicas dos jogos, e é de se mencionar que esse modelo existe inclusive no Brasil (LIU, 2019, p. 772).

Aponta-se que o uso de cartão de crédito sempre esteve associado a gastos maiores, e inclusive aumenta as chances de se aceitar pagar determinado preço dependendo do contexto. Os desenvolvedores de jogos sabem disso, e permitem que se salve os cartões para próximas compras. Ainda, alguns jogos usam de manipulação psicológica para reforçar padrões comportamentais, como é o caso de um jogo mobile onde ao se cancelar determinada compra o personagem do jogo balança a cabeça e se mostra triste. Soma-se a isso o fato de que a distribuição da renda gerada pelos jogadores não ser equitativa, onde aponta-se que 2% dos

jogadores geram cerca da metade da renda de alguns jogos, isso demonstra que ditos jogos estão estruturados para obter o máximo dessa classe de jogadores, que são comumente denominados “baleias” ou *whales*, em uma alusão ao animal de grandes dimensões. Há relatos de baleias que gastaram mais de que um milhão de dólares em cerca de 4 anos, isso ocorre especialmente em ambientes de *pay-to-win* onde a aversão a derrota impulsiona o jogador a depositar mais dinheiro e tempo ao jogo, e quando se pergunta a esses jogadores se vale ou não a pena, isto é, se há arrependimentos, muitas vezes a resposta é afirmativa (LIU, 2019, p. 775).

Em jogos como *Overwatch*, lançado em 2016 e que conseguiu atingir a média de 35 milhões de jogadores, as microtransações também fazem sucesso. Tal jogo se baseia em localidades e personagens que os jogadores podem escolher, sendo um exemplo primordial de jogo multijogador online de tiro, sendo assim, não há um final para o jogo propriamente dito, pois enquanto os servidores se mantêm ativos o jogo pode ser jogado, com infinito potencial de partidas únicas e diversificadas o que assemelha o jogo mais com um serviço do que como se fosse produto. O jogo chegou a custar em alguns países cerca de quarenta dólares pela edição normal de computador ou sessenta pela edição de jogo do ano. As caixas de recompensa foram introduzidas nesse jogo assim mesmo, com valores que variavam de dois dólares para dois itens e quarenta dólares para cinquenta itens, que segundo a descrição do website oficial do jogo serviriam para personalizar a aparência dos personagens preferidos bem como adicionar meios de se expressar melhor dentro do jogo. Esses itens variavam de raridade sendo uns classificados como comuns outros considerados raros, outros conhecidos por épicos e por fim os lendários que seriam mais difíceis de se obter. Tal jogo gerou para a *Blizzard* a empresa por trás dele, cerca de um bilhão de dólares, o que representava cerca de 80% dos ganhos da empresa naquele trimestre, apesar disso, as críticas foram em sua grande maioria positivas pois considerava-se a época o sistema de progressão como bom e os preços como justos para o conteúdo (CASTILLO, 2019, p. 171).

Mas nem sempre o público se mostra tão receptivo a essas práticas, caso do jogo *Star Wars Battlefront II*, publicado pela *Electronic Arts*, que ficou infame em 2017 devido a suas implementações de mecânicas para monetização, sendo um jogo baseado no universo de *Star Wars* criado pelo estúdio *DICE*. Como já mencionado, a empresa publicadora é conhecida mundialmente pelas técnicas de monetização incluídas em seus jogos, não sendo o primeiro jogo em que se envolve com microtransações pois possui em seu portfólio a série *FIFA* e também a série *Mass*

Effect, muito aclamada pelo público. Um dos jogos dessa série foi onde expandiu-se os sistemas de microtransações, e a época do lançamento de *Star Wars*, já era esperado algum sistema similar. No entanto, houve a promessa que haveria conteúdo gratuito disponibilizado, como mapas, armas e personagens. Os jogadores eram incentivados a obterem *Star Cards* que eram utilizadas para melhorar personagens e criar assim melhores combinações. Tais cartas podiam ser obtidas via um sistema de progressão, ao completar desafios e missões ou via *lootbox*, e possuíam raridades distintas, só que ao contrário de jogos como *Overwatch* ofereciam de fato vantagens aos jogadores, o que fazia diferença na hora de melhorar um personagem e consequentemente no sucesso de determinado jogador, não somente isso, o sistema de progressão era pouco recompensador para jogadores que não pusessem dinheiro. Isso somente mudou em abril de 2018 quando mudou-se o sistema de caixas aleatórias por um sistema de compra direta desses bens, muito devido ao fato de que as ações da empresa tiveram uma queda em razão do insucesso inicial do jogo (CASTILLO, 2019, p. 174).

A história da *Blizzard* com microtransações é longa, em 2009 implementou a venda de *pets* em seu principal jogo, o *World of Warcraft*, por dinheiro real, nesse jogo, que é conhecido por ser um *MMORPG* (Jogo multijogador online massivo de representação), que permite milhares de jogadores serem conectados em uma mesma sessão ou “mundo”. Esses bichinhos eram puramente cosméticos, o que significa que não dava vantagens ao jogador que os possuísse, no entanto isso abriu uma discussão acerca da venda de itens por dinheiro real por parte dos desenvolvedores. Há três coisas que pode-se destacar: cosméticos são diferentes de itens que concedem vantagem ou úteis, há diferenças éticas em ter um sistema que recompensa aleatoriamente o jogador como é o caso dos *gachas* e *lootboxes* e um sistema fixo de recompensas, e por último, há diferença ética em haver itens que possam ser adquiridos com o esforço do jogador, apesar de se oportunizar a compra deles, e entre itens exclusivamente pagos (NEELY, 2021, p. 2).

Um jogo que se mostra como exemplo de microtransações agressivas é o concorrente de *League of Legends*, conhecido como *Dota2*, desenvolvido pela já mencionada *VALVE* e distribuído pela plataforma *Steam* para jogadores que possuam um computador. Pesquisadores analisaram o jogo por 270 horas, onde duzentas horas foram jogando e setenta horas assistindo o grande evento de *e-sports* do jogo, conhecido como *The International* ou TI. Embora o tempo da pesquisa seja relativamente curto ao se deparar com os inúmeros aspectos do jogo em questão, foi

tempo o bastante para chegar a algumas conclusões sobre o design do jogo e a experiência que proporciona. A pesquisa apurou que cada partida dentro do jogo é radicalmente diferente da anterior e que a venda do passe de batalha do evento internacional mudava o jogo de maneira significativa, no sentido de oferecer novas utilidades e objetivos para os jogadores, tanto dentro quanto fora das partidas, sendo que se disponibilizava recompensas adicionais ao progredir ou “subir de nível” no passe, que entre outras recompensas se davam *lootboxes*. Ainda, as recompensas não eram dadas todas ao mesmo tempo, isso era feito para manter engajamento com o jogo incentivando o jogador a permanecer. Quanto mais se progredia melhores eram as recompensas, havendo recompensas que funcionavam como marcos de progresso devido a sua raridade ou condição. Inclusive se vendiam níveis do passe por dinheiro real uma forma de obter mais facilmente progressão, isso é problemático pelo fato de que se jogador X quisesse obter recompensa de nível 157 e estivesse no nível 57 teria de comprar cerca de 100 níveis obtendo recompensas que não eram importantes para ele no meio do caminho (ZANESCU; FRENCH; LAJEUNESSE, 2020, p. 1).

Somando-se a isso, havia incentivo aos jogadores usarem *tokens* que eram concedidos em uma quantia de mil por semana e apostarem no resultado de suas partidas, durante o primeiro minuto da partida. Com o aumento de nível do passe eram concedidos mais e mais desses *tokens* que serviam para ganhar níveis no próprio passe. Ainda com o passe vinha o *compedium* que servia como um álbum de figurinhas onde se poderia fazer previsões, times dos sonhos, entre outros, e com isso os jogadores poderiam ganhar níveis apostando em seus jogadores e equipes favoritas. Havia também um minijogo onde os jogadores eram incentivados a responder determinadas questões como: qual campeão será mais utilizado durante o evento etc, o que poderia conceder até 5 mil pontos se todas as perguntas feitas fossem respondidas com exatidão. Ainda, havia uma espécie de minijogo de roleta, onde se ganhavam *skins* mais antigas conforme se rodava, podendo também se ganhar alguns baús que em essência eram *lootboxes* (ZANESCU; FRENCH; LAJEUNESSE, 2020, p. 2).

Atualmente os tesouros do *Dota2* tem um funcionamento muito particular, onde, por exemplo há 10 itens em um baú e um décimo primeiro item considerado pelo menos “muito raro” ou “ultrarraro” nesse caso funciona o sistema da seguinte forma, é garantido um dos dez itens a ser concedido ao jogador, uma vez concedido os próximos 9 baús serão os conjuntos faltantes e a cada baú se rola uma espécie de dado algorítmico onde pode-se ganhar um item extra, que no caso é o décimo primeiro

item considerado mais raro. Pode haver dois itens, um raro e outro ultrarraro em um determinado pacote, no caso o dado é jogado uma vez para o muito raro e em caso de ganhá-lo joga-se para o ultrarraro, o que significa que se o jogador tiver extrema sorte ganhará o item esperado mais os dois adicionais. A cada baú aberto a chance de ganhar o item “muito raro” aumenta até ser garantido o seu ganho, por exemplo um item desses tem cerca de uma chance em 2, ou quase 50% ao abrir o quinquagésimo baú. Para itens muito raros a chance de obtê-los de primeira é de uma em vinte mil e para ultrarraros uma em cem mil. Caso o jogador ganhe todos os itens do baú, começa-se a ganhar itens repetidos, então o único incentivo para abrir mais baús é o fato desses itens de raridade excepcional existirem (ZANESCU; FRENCH; LAJEUNESSE, 2020, p. 2).

Em um estudo que se conduziu com comunidades do maior fórum da internet, o *Reddit*, pesquisadores buscaram entender por parte dos jogadores quais eram suas preocupações e experiências negativas com monetização em jogos, e após foram classificadas. Na categoria “mecânicas de jogo feitas para aumentar os gastos” se identificaram os seguintes problemas: a) pagar ou se esforçar, onde o jogador sente que se não investe dinheiro no jogo terá de dispor de muito tempo para poder acompanhar os outros jogadores ou de fazer progresso; b) pagar ou esperar, onde o jogador é incentivado a pagar para evitar de esperar certo tempo para progredir, como é o caso geral de jogos com “vidas” que são adquiridas por esperar ou pagando; c) ciclo de pioras, situação onde os jogadores sentem que um item é lançado com muitas vantagens e após é “piorado” seja em valor ou poder, pelos desenvolvedores de forma deliberada, como é o caso de um novo lançamento de item; d) dependência de microtransações para continuar a aproveitar o jogo, onde os jogadores ganham muitos itens no começo do jogo e com o passar do tempo progridem menos e menos, dando a sensação de que precisam gastar para continuar aproveitando do jogo; e) confrontos sem equilíbrio, onde o jogador sente que é propositalmente posto contra jogadores que possuem vantagens como itens pagos; f) experiência de jogo mal feita sem pagamento, onde o jogo que é disponibilizado é tão ruim sem pagamento que o jogador se sente coagido a pagar para obter uma jogabilidade decente ou boa; g) pagar para evitar consequências negativas, onde o jogador sente-se forçado a pagar para não perder progresso ou algo que já possui (PETROVSKAYA; ZENDLE, 2021, p. 7).

Já na categoria “produtos que não atingem as expectativas” houve os seguintes apontamentos: a) venda de produtos sem utilidade ou duplicados, onde o

produto não possui utilidade para o jogador, seja por mecânica de jogo ou por não funcionar corretamente, seja pelo jogador já ter adquirido o item uma vez; b) produto não contém tudo que o jogador espera, onde não se atinge as expectativas do jogador, ou o jogador compra cegamente por falta de informação disponível e se arrepende; c) conteúdo de acesso antecipado não se torna aquilo que foi pago para ser, onde o jogador compra em acesso antecipado e o jogo não entrega o prometido ou entrega algo diferente do prometido; d) compras de algo não quisto para obter algo que se queria, onde o item desejado é consequência da compra de outro não desejado; e) relançamento de produto ou conteúdo mais barato ou grátis, onde os jogadores pagam por algo que após é dado de graça a outros jogadores ou vendido mais barato/disponibilizado de maneira mais fácil; f) estratégia de monetização que muda ao longo da vida útil do jogo, onde se implementam novas microtransações não esperadas ou estratégias de monetização como *lootboxes* dentro de um jogo que não as continha ou continha em menor quantidade (PETROVSKAYA; ZENDLE, 2021, p. 8).

Sobre os efeitos econômicos que as microtransações causaram ao mercado de jogos se diz que, quando um jogo é lançado e alcança sucesso em determinada área, vários jogos novos surgem como alternativas a ele, e isso causa que muitos dos jogos não atinjam seus objetivos econômicos por não conseguir uma base de jogadores suficiente para manter o projeto vivo. Quando da escolha de um jogo analisa-se entre outras coisas o preço, que geralmente é alto, e as avaliações sobre o jogo entre outros fatores, e portanto, ao lançar um jogo novo, que coincide muitas vezes com o final do ano, o desenvolvedor corre o risco de não vender se não houver marketing o suficiente para o jogo ser ao menos notado. O modelo *freemium* é uma forma de se monetizar o jogo mais fácil pois já se introduz o jogador ao conteúdo, que no caso, se for de qualidade acaba sendo fácil de vender, e nota-se que quem compra uma vez nesse modelo tende a comprar outras vezes, isso significa um alto potencial de recompra o que garante que o dinheiro flua ao longo do tempo, garantindo uma renda muitas vezes estável ao desenvolvedor. No fundo há também o desejo de acionistas em manter esses tipos de jogos, no caso de sucesso, pois quando há potencial para mantê-los isso significa em maior estabilidade das ações da empresa mesmo no caso de um lançamento fracassado de outro jogo, o que arruinaria essas ações se a estabilidade da empresa dependesse do sucesso de um novo lançamento, como por vezes acontece (TOMIC, 2017, p. 250).

Há modelos que são tão agressivos que acabam afastando jogadores, pois sentem-se em uma imensa desvantagem quando comparados a jogadores que estão a mais tempo e gastando mais dinheiro. Isso indica que há uma espécie de meio-termo onde os desenvolvedores devem observar, e caso não o façam pode significar o insucesso do jogo a curto ou longo prazo. O problema é que muitos jogadores se submetem a modelos que são predatórios e agressivos mesmo sem perceber, geralmente por gostar do produto e por aceitar que microtransações são de fato o que mantém o jogo vivo. Viu-se que no caso de *Dota2* apostar é algo inerente a experiência do jogo, mas ainda há jogos que usam de modelos ainda piores pois cobram preço *premium*, quantias que passam muitas vezes a faixa dos duzentos reais e ainda se incluem pacotes *DLC's* de conteúdo que já deveriam estar incluídas no jogo base, como foi o caso de *Mortal Kombat X*, que vendeu séries de expansões com personagens e modos de jogo a preços elevados a época (TOMIC, 2017, p. 251).

Sobre monetização as principais reclamações de jogadores são: a) aspectos principais do jogo monetizados, quando há, por exemplo, um fator de jogabilidade crucial que é pago, como é o caso de bloquear o inventário em algumas áreas do jogo, o que faz o jogador ter que pagar para acessar seus itens nessas áreas e retarda o progresso; b) partes do jogo trancadas por pagamento, quando o jogador tem uma área inteira do mapa do jogo bloqueada, por exemplo. Somente se concede o acesso se o jogador pagar determinada quantia cobrada pelo conteúdo, isso geralmente ilude o jogador quanto ao real tamanho do jogo; c) inventário limitado sem pagamentos, quando o tamanho do inventário do jogador é afetado sendo diminuído sua capacidade de guardar itens nos jogos que comportam essas mecânicas; d) jogo não completo sem pagar, quando há vários estágios do jogo como exemplo, dez estágios e o jogador só pode chegar gratuitamente até o oitavo, após sendo cobrado um preço para continuar jogando (PETROVSKAYA; ZENDLE, 2021, p. 8).

Aponta-se os efeitos sociais das microtransações em jogos, onde parte-se da premissa que há uma comunidade que gira em torno dos jogos eletrônicos, que existe pelo menos há três décadas, com linguagem própria, práticas, costumes e conduta diversa de outros grupos. Inicialmente, os jogadores desses jogos eletrônicos eram vistos como pessoas antissociais, alienados, nerds entre outras coisas, o que foi mudando conforme os jogos se popularizaram e mudaram seus aspectos. Muito da crença do “*gamer*” antissocial vinha da estrutura que os jogos tinham à época, que eram majoritariamente jogos de um jogador. Aos poucos os jogos eletrônicos foram mudando para serem jogados em mais pessoas, e hoje a maior parte do público

prefere os jogos com a opção de serem jogados em multijogador, o que favoreceu a criação de comunidades globalizadas como clãs e grupos de interesse. Essa união cada vez maior não mudou alguns aspectos culturais desse grupo, que se posiciona ativamente em prol de seus interesses, sendo que há posições em relação as microtransações, em especial a algumas formas delas. Em jogos de um jogador era comum haver códigos que concediam trapaças para facilitar a jogabilidade, garantindo mais facilmente completar os desafios propostos pelo jogo, o que não ocorre da mesma forma em jogos online, onde inclusive em muitos deles trapaças levam a banimentos. De certo modo algumas das microtransações tem o mesmo efeito dessas trapaças, favorecendo um jogador sobre o outro como é o caso do jogo *World of Tanks* onde pode-se comprar equipamentos melhores pagando, e isso gera o efeito de quebrar a igualdade entre os jogadores, e como consequência não ganha necessariamente o melhor jogador e isso gera frustração para essas comunidades (TOMIC, 2017, p. 252).

Motivo para frustração são os elementos de *pay-to-win*, que podem existir em qualquer plataforma. Os principais pontos de destaque para os jogadores são: a) vantagem adquirida por compra, situação a qual se caracteriza por jogadores com dinheiro investido possuírem mais chances de um resultado favorável em um embate com jogadores que não tenham; b) funcionalidade por assinatura, que se caracteriza em ganhar vantagens por pagar um serviço de assinatura dentro do jogo, que pode ser desde uma funcionalidade que concede estatísticas aos jogadores pagantes até vantagens obtidas mês a mês; c) Pagamento para acelerar o progresso, situação na qual se compra por exemplo, um bônus no ganho de experiência, o que favorece personagens de jogadores pagantes; d) pague para competir, situação na qual se inserem os jogos que para se manter jogando em alto nível é necessário o uso de dinheiro real, caso contrário só se poderá jogar casualmente ou se arcar com muita frustração (PETROVSKAYA; ZENDLE, 2021, p. 12).

Em uma outra pesquisa, que apurou entender como era o perfil do comprador de *lootbox*, onde se examinou cerca de seis mil internautas alemães, obteve-se algumas considerações e dados, como cerca de 1508 dos entrevistados eram jogadores de *pay-to-win* e desses 586 compraram caixas de recompensas no ano prévio a pesquisa. Perguntou-se sobre a idade e o gênero dos entrevistados, e entre outras questões estavam seus hábitos de apostas com dinheiro e os tipos de jogos que jogavam, e seus respectivos gastos. Além disso perguntou-se se costumavam apostar dinheiro fictício ou virtual. Obteve-se algumas conclusões como:

metade dos jogadores que compravam *lootboxes* faziam também apostas em jogos de azar, entre outras coisas, havia mais probabilidade de que o comprador de *lootbox* fosse do sexo masculino do que dos não-compradores, e eram geralmente mais jovens. Era mais provável entre os compradores de *lootboxes* possuir emprego e algum grau universitário, além disso eram mais próximos de apostar dinheiro real e fictício do que os que não consumiam. Quando da análise daqueles usuários que gastavam dinheiro todo dia nesses produtos, as probabilidades eram mais favoráveis de serem jovens sem formação escolar completa, mas com empregos. Em suma, havia mais probabilidade entre pessoas que apostavam em jogos de azar em comprarem *lootboxes* e na frequência em que o faziam (MEDUNA *et al*, 2020, p. 2).

Ainda há outros elementos que se tornam problemas para os jogadores, como é o caso dos anúncios sobre e dentro de jogos, uma primeira preocupação é no caso de produtos que são mostrados de forma não condizente com a realidade tanto por simulação quanto dissimulação, caso muito famoso do que se conhece como *downgrade* onde há perda de algum elemento podendo ser visual ou não. Outra é sobre a agressividade de anúncios dentro do jogo, mas isso ocorre especialmente em jogos mobile, onde o modelo se baseia em monetizar via publicidade que por vezes é mostrada repetidamente e em sequência. Somado a isso estão os elementos de monetização como as moedas secundárias, que possuem diversos problemas. O primeiro é o fato que já foi ressaltado, é de que as moedas intermediárias mascaram o preço final do produto, mas há outros problemas como a confusão causada por diversas moedas dentro de um jogo, que se diga pode conter uma ou mais variedades de moeda paga, e o mesmo ocorre com moedas gratuitas. Além disso, há quantias fixas de moedas intermediárias que podem ser compradas, exemplo disso é jogos que oferecem quinhentas, mil ou dez mil moedas, não se dando opção de comprar menos ou mais que isso, ou um número específico de moedas, e justamente os preços se dão quebrados como por exemplo, nesse jogo hipotético, um item custasse mil e duzentas moedas, haveria a necessidade de se comprar um pacote de mil e outro de quinhentas moedas para adquirir o item de mil e duzentas, e assim sobra dinheiro, que via de regra não pode ser retirado. Há também relatos de problemas com a interface do jogo, que facilita compras acidentais, por exemplo (PETROVSKAYA; ZENDLE, 2021, p. 11).

Lootboxes podem sofrer diversas variações em sua apresentação, variando de jogo para jogo, o que dificulta, na teoria, dar um tratamento legal adequado a elas, visto que envolvem várias mecânicas de *gacha*, entre outras coisas.

Como exemplo, pode-se dizer que existem caixas que são pagas enquanto outras não, assim como existem caixas cujo conteúdo pode ser comercializado, enquanto outras tem seu conteúdo vinculado a determinada conta, que via de regra é proibido comercializar, segundo os termos de conduta da maior parte dos jogos online. É ainda incerto quais são os tipos de caixa que possuem maior ou menor risco para os jogadores desenvolverem hábitos como é o caso de apostar dinheiro real em jogos de azar, ou de perder o controle sobre os seus gastos (ZENDLE *et al*, 2020, p. 3).

Entre as distinções dessas caixas pode-se destacar: abertura paga e não paga, onde é possível ver que em alguns jogos como *Counter-Strike: Global Offensive* se cobra uma quantia determinada para a abertura de uma caixa que contem cosméticos distintos, isso se faz por meio da compra de uma chave específica para a caixa que se deseja abrir, isso significa que para efetivamente conseguir utilizar a *lootbox* é necessário a soma de caixa mais a chave específica da mesma, usar de outra chave não condizente não funcionará para a abertura efetiva da caixa, o que pode confundir pessoas leigas. Em jogos como *Dota2*, que inclusive é da mesma empresa que o primeiro jogo mencionado, as caixas podem ser abertas sem necessidade de chave ou de pagar algo extra por isso. O lucro advém da própria venda da caixa, que pode em alguns casos como eventos sazonais ser obtida gratuitamente também, o que significa que geralmente não há escolha em não se utilizar dessas caixas pois o jogador em muitos casos as ganham de graça, e portanto, não teriam nada a perder em abri-las. No entanto sabe-se que introduzir o jogador a essas mecânicas gratuitamente facilita a venda futura de *lootboxes* pagas e a venda de cosméticos ou vantagens em geral. Ocorre ainda outra distinção importante, no caso, que é a oportunidade de fazer *cash-out*, ou seja, efetivamente retirar dinheiro no caso de ganhos, em alguns jogos, como é caso de *Destiny 2* isso não é possibilitado ao jogador pois todos os itens ganhos via *lootboxes* são vinculados a conta pessoal desse, sendo impossível trocar ou comercializar de qualquer forma sem que se envolva a conta inteira, o que não é permitido. Já em outros jogos como *Counter-Strike: Global Offensive* há a possibilidade de vender itens em específico no mercado geral da comunidade *Steam*, loja que distribui esses jogos, e então arrecadar o dinheiro para gastá-lo em outros itens ou novos jogos, inclusive servindo para alguns especular, vendendo itens e comprando outros durante períodos de alta e baixa desses no mercado (ZENDLE *et al*, 2020, p. 3).

Para se ter noção, essas caixas são frequentemente definidas como jogos virtuais de chance, pois jogadores põem dinheiro real para a obtenção de determinado

item ou vantagem sempre esperando obter os itens mais raros ou mais valiosos, cujas chances quase sempre são mínimas. Entender a aproximação disso com um jogo de azar é crucial para estabelecer se essas práticas são ou não abusivas em face de determinado consumidor e se podem ser prejudiciais a curto ou longo prazo para jovens, visto que o cérebro humano não é acostumado a ser recompensado de maneira aleatória, pelo fundamento de que as recompensas geralmente estiveram ligadas a feitos como ser paciente e caçar, até mesmo a tomar certas atitudes e não tomar outras. Existem elementos comuns que conseguem distinguir um jogo de azar de uma mera tomada de risco, apesar de que a literatura sobre isso não é tão pacífica. Entre esses elementos estão: a) a troca depende de um evento futuro e do qual na hora que se aposta algo de valor é incerto o resultado; b) resultado inteiramente ou parcialmente definido pela chance; c) realocação do dinheiro ou objeto de valor; d) possibilidade de evitar perdas por não participar na atividade. Ainda se menciona que o que move o jogo de azar é a possibilidade de obter algo mais valioso que o aporte inicial, e pode-se estabelecer que muitos modelos de monetização em jogos podem, nesse sentido, serem classificados como jogos de azar, visto terem os elementos base desse, e a única objeção que há é de que os jogos garantem que se conceda algo ao jogador, que é o argumento usado por alguns reguladores internacionais. No entanto, deve-se salientar que o fato do jogador muitas vezes não querer o item ganho, e que esses itens ganhos são em um monte de casos uma fração do valor investido deveria ser levado em consideração. E inclusive não faz sentido esses sistemas de classificação indicativa como o *ESRB* e o *PEGI*, classificarem títulos que contenham jogos de azar internos no jogo, que não envolvem dinheiro real com uma faixa mais alta, e não classificarem jogos que contenham monetização predatória que se assemelha, e muitas vezes é, um jogo real de azar, com uma classificação mais baixa (GRIFFITHS, 2018, p. 4).

Voltando ao problema das variedades dessas caixas de recompensas, há também caixas que oferecem vantagens competitivas, o que mantém o interesse por elas, como foi o caso do jogo *Hearthstone* que é um jogo de cartas desenvolvido pela *Blizzard*. Nesse jogo os jogadores são incentivados a abrir pacotes de cartas para poder ganhar novas cartas e agregá-las ao baralho ou coleção. A busca por cartas mais fortes e raras é feita para se manter competitivo, pois ter cartas com sinergia muda muito o aspecto competitivo do jogo, então o jogador sempre abrirá os pacotes em busca de cartas específicas. A competitividade tem relação com o problema dos jogos de azar, sendo um fator de risco, tanto é que os indivíduos mais competitivos

costumam se engajar mais facilmente com apostas e jogos de azar do que pessoas não-competitivas ou mais cooperativas (ZENDLE *et al*, 2020, p. 6).

Cita-se que as moedas intermediárias fazem ainda mais próxima a relação entre o *gacha* das *lootboxes* com jogos de azar, visto que muitos cassinos costumam usar de fichas ou outras alternativas como uma tática para influenciar a se gastar mais dinheiro com as atividades realizadas e oferecidas. Outra estratégia de sucesso é o uso de elementos visuais, como é o caso de mostrar quase-acertos, o que acontece em alguns jogos como os citados da empresa *Valve*, onde o jogador é estimulado visualmente por ver a roleta passando muito perto ou caindo num item muito próximo a um de grande valor, essa ilusão de perder por pouco reforça o funcionamento patológico de apostar, sendo um motivo a mais para o jogador tentar por dinheiro na equação, o que garante aos donos dessas caixas ganharem mais e mais dinheiro com a frustração das expectativas do jogador. Elementos visuais são poderosos aliados dos jogos de azar mas também da monetização dos jogos, visto que muitos dos itens buscados são cosméticos, possuindo apenas um visual distinto dos visuais comuns (ZENDLE *et al*, 2020, p. 6).

3.3 CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA E A PROTEÇÃO JURÍDICA DA INFÂNCIA EM FACE DOS JOGOS ELETRÔNICOS: O DEVER DE PROTEÇÃO DO ESTADO

Diz-se que a concepção de Estado e seus deveres e obrigações muito se alteraram ao passar do tempo, fato que não se pode mais falar nele na sua primeira identidade, não há diálogo direto entre o Estado que existe hoje com o que foi teorizado pelos primeiros teóricos contratualistas. O marco histórico da revolução francesa e da revolução americana no período do iluminismo é o nascimento do Estado Moderno, onde a razão iluminista derruba a ideia do governante envolvido pela divindade, o qual tem direito divino de governar os seus súditos. Isso é importante pois acabou por trazer a separação dos interesses públicos dos particulares, além de fazer do capitalismo o sistema econômico vigente e juntamente ascendente com a classe burguesa, nesse contexto que veio a necessidade de transformar as nações em Estados Constitucionais de Direito, que teve como consequência a limitação do poder do Estado em face dos cidadãos, que agora possuíam garantias e liberdades. Assim surge a tripartição de poderes bem como a ideia de que o poder se funda na vontade do povo onde a Constituição é a legitimadora do poder estatal (DIAS; GERVASONI, 2014, p. 5).

Com o advento da ideia de que existem Direitos Humanos que são universais, notadamente influenciada pelas ideias do liberalismo mas também pela superação do Estado Nazifascista, após a segunda guerra, mais especificamente no ano de 1948, se observa que não é necessária a positivação desses direitos, nem dependem de outras formalidades legais, pois englobam uma ordem jurídica internacional. O Brasil reconheceu como Direitos Fundamentais boa parte das garantias do Direito Internacional, apesar de que a efetividade da proteção dada a esses direitos nem sempre é a ideal (DIAS; GERVASONI, 2014, p. 10).

Acerca disso:

O legislador pátrio, muito provavelmente pelas violações ocorridas no período antecedente de ditadura militar, tratou de colocar a salvo todos os direitos liberais clássicos, mas avançou ao garantir a realização de direitos sociais e ambientais por meio de políticas públicas de caráter descentralizado e com deliberação popular-participativa; ressignificando assim a perspectiva clássica de direitos humanos e oferecendo no plano constitucional garantias jurídicas contra as arbitrariedades políticas decorrentes dos riscos de expansão do modo capitalista excludente de produção, que na atualidade ganha, outra vez, relevância com a expansão do discurso político de crise econômica e do reordenamento neoliberal dos Estados europeus (DIAS; GERVASONI, 2014, p. 10).

Através da evolução e da mutação do Estado passou-se a exigir condutas positivas dele, agora não sendo suficiente o ato de abster-se de fazer algo o Estado tem de procurar ativamente alguns fins, desde fomentar a igualdade entre seus cidadãos até proteger certos interesses vistos pela sociedade como essenciais para o avanço civilizatório. Entre estas prestações positivas está o dever de proteção do Estado aos direitos fundamentais, que é desenvolvido principalmente na Alemanha, pelo Direito alemão e, portanto, recebe o nome de *Schutzpflicht* onde *schutz* significa a proteção e *pflicht* o dever. O caso Lüth foi talvez o responsável por trazer a tona essa discussão, sendo um marco histórico para a jurisprudência alemã. Em suma o caso envolvia um boicote de qual Eric Lüth, um alemão judeu, organizou contra o filme do cineasta Veit Harlan, que fora responsável durante o regime nazista por filmes antissemitas. No caso, o filme boicotado não continha material pró-nazismo e o boicote acabou ajudando com o fracasso de bilheteria do filme, o que foi usado por Harlan e os investidores do filme como elementos argumentativos para dizer que o boicote causou danos, e portanto havia o interesse de cessá-los e pedir reparação, fundamentado no código civil alemão. Após perder nas instâncias ordinárias Lüth,

inconformado, apresentou uma queixa constitucional contra a decisão (ALEXY, 2003, p. 2).

Sobre as consequências do caso:

Na decisão do caso Lüth há três ideias que serviram para moldar fundamentalmente o Direito Constitucional Alemão. A primeira ideia foi a de que a garantia constitucional de direitos individuais não é simplesmente uma garantia dos clássicos direitos defensivos do cidadão contra o Estado. Os direitos constitucionais incorporam, para citar a Corte Constitucional Federal, “ao mesmo tempo uma ordem objetiva de valores”. Mais tarde a Corte fala simplesmente de “princípios que são expressos pelos direitos constitucionais”. Assumindo essa linha de raciocínio, pode-se dizer que a primeira ideia básica da decisão do caso Lüth era a afirmação de que os valores ou princípios dos direitos constitucionais aplicam-se não somente à relação entre o cidadão e o Estado, muito além disso, à “todas as áreas do Direito”. É precisamente graças a essa aplicabilidade ampla que os direitos constitucionais exercem um “efeito irradiante” sobre todo o sistema jurídico. Os direitos constitucionais tornam-se onipresentes (*unbiquitous*). A terceira ideia encontra-se implícita na estrutura mesma dos valores e princípios. Valores e princípios tendem a colidir. Uma colisão de princípios só pode ser resolvida pelo balanceamento. A grande lição da decisão do caso Lüth, talvez a mais importante para o trabalho jurídico cotidiano, afirma, portanto, que: “Um ‘balanceamento de interesses’ torna-se necessário (ALEXY, 2003, p. 4).

No entanto, foi durante o tratamento sobre a descriminalização do aborto, em 1975, no qual a Corte Constitucional alemã reconhece expressamente o *Schutzpflicht*, dever de proteção do Estado perante os Direitos Fundamentais, que significou que o Estado deve ativamente impedir que se viole esses direitos, seja por um indivíduo/particular seja por ele próprio, que agora deve fomentar e proteger tais direitos como uma de suas funções. Significa, portanto, que não é necessário que se provoque o Estado para que ele atue em defesa dos direitos, basta que se encontre o direito fundamental sob uma ameaça, violação ou que esteja desprotegido faticamente. Isso tudo implica que o Estado deve agir para prevenir os danos e não somente se empregar da atividade de corrigi-los, uma vez que sejam violados. Na segunda decisão proferida acerca do aborto na Alemanha, agora no ano de 1993, se decidiu que seria imprescindível que se observasse certos parâmetros de atuação estatal, que são os de excesso (*Übermassverbot*) e de insuficiência (*Untermassverbot*), o excesso de intervenção, nota-se, gera problemas aos direitos fundamentais e portanto é proibido pois deve-se proceder com cautela na hora de intervir, enquanto a proteção insuficiente também é vedada, pois há um mínimo que o Estado deve prestar de proteção e tutela para que haja a efetividade dos direitos fundamentais (GERVASONI; BOLESINA, 2014, p. 2).

Nota-se ainda que é conferida especial proteção as crianças e adolescentes, sendo lhes garantido todos os direitos fundamentais bem como direitos próprios sobre sua condição:

Não obstante, além da configuração de tais direitos como fundamentais, alia-se a teoria da proteção integral, representando, também, a necessidade de um sistema efetivo de garantia desses direitos. Neste sentido, diante de referida teoria, ao momento em que são reconhecidos todos os direitos fundamentais às crianças e aos adolescentes, não basta que estes fiquem somente no plano do reconhecimento, mas sim, que recebam efetiva promoção e proteção (DIAS; GERVASONI, 2014, p. 12).

Tendo em mente a proteção de crianças e adolescentes que se estipulou e criou-se a ideia de um sistema de classificação indicativa, o qual ajudaria os pais na seleção de conteúdos que seus filhos poderiam consumir. No caso dos videogames aponta-se como um marco as audiências no Congresso dos EUA provocadas pelo senador Joseph Lieberman, onde se mencionou a necessidade de regulamentação dessas mídias, pois já se havia experiência com outros audiovisuais como filmes, por exemplo. Os principais motivos para essa regulamentação eram acerca de conteúdo potencialmente prejudicial ao público infantojuvenil como fora o caso de conteúdos sexuais e violentos, mas também sobre a possibilidade e a capacidade de poder o jogador perder o controle e a autonomia sobre o tempo de jogo, o que trouxe novas preocupações. Consequência disso foi a adoção desses sistemas classificativos tanto na Europa, quanto nos Estados Unidos, Japão e até mesmo em países como o Irã. O Brasil também adotou um sistema próprio (DOGRUEL; JOECKEL, 2014, p. 126).

Um desses sistemas, e talvez um dos mais importantes devido ao fato de ser usado em mais que um país é o *PEGI (pan european game information)* que é um sistema de classificação indicativa europeu. Nele se classificam os jogos, que são divididos em recomendações por faixa etária. Segundo o próprio site da organização, as avaliações consistem em um guia para escolher que produtos determinada família desejará comprar para os jovens e crianças, e esclarece que entre os critérios não consta a dificuldade do jogo, e sim a adequação do conteúdo em geral, o que significa que nem todos os jogos podem ser jogados por crianças pequenas, apesar de que obtenham a recomendação de que servem para tal faixa etária, nota-se que o que se avalia é se tal conteúdo é adequado e não se ele efetivamente atende a necessidade da criança ou se pode ser jogado por uma, o que não é um ponto negativo e nem positivo, apenas uma escolha de design. Segundo a *PEGI* videogames são

consumidos por adultos e crianças, pessoas do sexo masculino e feminino, por uma infinita diversidade de pessoas as quais lembra-se que podem não gostar de certo conteúdo, além de serem os jogos disponibilizados em múltiplas plataformas (PEGI, 2022).

Tendo partido dessas premissas, o sistema *PEGI* criou rótulos para os jogos, tanto de recomendação quanto de descrição de conteúdo. Classificando-os podemos ver que são dois tipos de rótulos distintos primeiramente os de recomendação, que são cinco: *PEGI 3*, *PEGI 7*, *PEGI 12*, *PEGI 16*, *PEGI 18*, que podem ser descritos da seguinte forma:

I) *PEGI 3*: É a classificação que indica conteúdo apropriado para todas as faixas etárias, entre os requisitos para entrar nessa classificação está não conter sons e imagens que possam assustar crianças de pouca idade, também sendo vedado o uso de palavras e linguagem de baixo calão. É permitido demonstração de alguma forma de violência, desde que em contexto cômico ou de modo infantil;

II) *PEGI 7*: Em resumo são jogos que contém cenas e sons que possam assustar crianças pequenas, razão pela qual se distingue da primeira categoria. Formas muito moderadas de violência são permitidas tais como violência implícita, não detalhada ou não realística. Pode-se resumir essa categoria como se fosse um *PEGI 3* que pode conter algum elemento que assusta crianças pequenas, tal como um som muito alto, um susto proposital;

III) *PEGI 12*: Jogos que possuem algum tipo de violência mais explícita em natureza contra personagens de fantasia ou violência pouco realística em face de personagens de aparência humana caem nessa categoria, que permite postura sexual ou sexualidade implícita, apesar de que a linguagem não pode ser demasiada vulgar, ou seja, permite-se um pouco de palavras vulgares dependendo de sua quantia e de sua natureza;

IV) *PEGI 16*: Aplicável quando a demonstração de violência ou atividade sexual chega a um estágio muito próximo ao esperado da vida real, há a possibilidade de conter mais palavras vulgares além de demonstrar o uso de drogas lícitas como tabaco e álcool além de drogas ilícitas;

V) *PEGI 18*: Conteúdo apropriado somente para adultos, o que significa que a violência pode ser extrema e/ou grosseira tal como assassinatos sem motivação alguma ou sem sentido algum, violência empregada contra personagens indefesos entre outros. Tratamento a assuntos como drogas e apostas em jogos de azar ser feito

de forma que se glamoriza tais atividades, bem como conteúdo sexual explícito, que também deve ser enquadrado nessa faixa (PEGI, 2022).

Há também os rótulos relativos a conteúdos do jogo, que se dividem em oito categorias distintas que são: violência, linguagem imprópria, medo, apostas e jogos de azar, conteúdo sexual, drogas, discriminação e compras dentro do jogo. Para melhor ilustrar esse fato, esses rótulos são descritos da seguinte forma:

I) Violência: a descrição para violência é a seguinte, o jogo contém representações de violência. Em jogos classificados como *PEGI 7*, isso só pode ser violência não realista ou não detalhada. Jogos classificados como *PEGI 12* podem incluir violência em um ambiente de fantasia ou violência não realista contra personagens semelhantes a humanos, enquanto jogos classificados como *PEGI 16* ou *18* têm violência cada vez mais realista;

II) Linguagem imprópria: O jogo contém linguagem imprópria. Este descritor pode ser encontrado em jogos com classificação *PEGI 12* (xingamentos leves), *PEGI 16* (por exemplo, palavrões sexuais ou blasfêmia) ou *PEGI 18* (por exemplo, palavrões sexuais ou blasfêmia);

III) Medo: Este descritor pode aparecer como 'Medo' em jogos com *PEGI 7* se contiver imagens ou sons que possam ser assustadores ou assustadores para crianças pequenas, ou como 'Horror' em jogos de classificação mais alta que contenham conteúdo assustador moderado (*PEGI 12*) ou medo intenso e sequências de terror sustentadas (*PEGI 16*) ou imagens perturbadoras (não necessariamente incluindo conteúdo violento);

IV) Apostas e jogos de azar: O jogo contém elementos que incentivam ou ensinam sobre jogos de azar. Estas simulações de jogos de azar referem-se a jogos de azar que normalmente são realizados em casinos ou salas de jogo. Alguns títulos mais antigos podem ser encontrados com *PEGI 12* ou *PEGI 16*, mas o *PEGI* mudou os critérios para essa classificação em 2020, o que fez com que novos jogos com esse tipo de conteúdo fossem sempre classificados como *PEGI 18*;

V) Conteúdo sexual: Este descritor de conteúdo pode acompanhar uma classificação *PEGI 12* se o jogo incluir postura ou insinuações sexuais, uma classificação *PEGI 16* se houver nudez erótica ou relação sexual sem genitais visíveis ou uma classificação *PEGI 18* se houver atividade sexual explícita no jogo. Representações de nudez em um contexto não sexual não exigem uma classificação etária específica e esse descritor não será necessário;

VI) Drogas: O jogo retrata o uso de drogas ilegais, álcool ou tabaco. Jogos com este descritor de conteúdo são sempre classificados como *PEGI 16* ou *PEGI 18*;

VII) Discriminação: O jogo contém representações de estereótipos étnicos, religiosos, nacionalistas ou outros que possam encorajar o ódio. Este conteúdo está sempre restrito a uma classificação *PEGI 18* (e provavelmente infringirá as leis criminais nacionais);

VIII) Compras dentro do jogo: O jogo oferece aos jogadores a opção de comprar bens ou serviços digitais com moeda do mundo real. Essas compras incluem conteúdo adicional (níveis de bônus, roupas, itens surpresa, música), mas também atualizações (por exemplo, para desativar anúncios), assinaturas de atualizações, moedas virtuais e outras formas de moeda do jogo. Esse descritor de conteúdo às vezes é acompanhado por um aviso adicional se as compras no jogo incluírem itens aleatórios (como caixas de saque ou pacotes de cartas). Itens aleatórios pagos compreendem todas as ofertas do jogo em que os jogadores não sabem exatamente o que estão recebendo antes da compra. Eles podem ser comprados diretamente com dinheiro real e/ou trocados por uma moeda virtual no jogo. Dependendo do jogo, esses itens podem ser puramente cosméticos ou podem ter valor funcional. O aviso é sempre exibido abaixo ou próximo ao rótulo de idade e aos descritores de conteúdo (PEGI, 2022).

Destaca-se sobre essa última classificação de conteúdo o fato dela não alterar de forma alguma a idade recomendada para determinado jogo, isso significa que pode haver jogos *PEGI 3* que contenham compras internas, incluindo microtransações que envolvam *gacha* como é o caso das *lootboxes* (PEGI, 2022).

Ainda, há uma lista da própria organização com dicas para os pais, entre elas estão recomendações como: sempre olhar a classificação dos jogos, ver análises sobre o jogo em questão, idealmente jogá-lo conjuntamente com os filhos para melhor entender o que eles gostam sobre determinado jogo e explicar que alguns jogos não são apropriados, além disso, acordar com as crianças o tempo gasto com jogos, usar das ferramentas de controle parental, instruir a não dar detalhes pessoais para desconhecidos ou se encontrar com eles sem supervisão além de usar das ferramentas do jogo para denunciar comportamentos inadequados (PEGI, 2022).

É possível ver que o *PEGI* busca como um sistema, organizar o conteúdo dos jogos classificando tanto sobre a idade como o que o jogo contém, seja linguagem de baixo calão a elementos que podem trazer medo para as crianças ou assuntos que sejam inadequadamente tratados. Outro sistema importante para se entender é o

ESRB (Entertainment Software Rating Board), usado nos Estados Unidos, que se vale de, pelo menos, cinco recomendações etárias além de duas que indicam que há pendências na avaliação final do jogo. As classificações *ESRB* são: E, E 10+, T, M e A e as de pendência ou provisórias são RP e RP LM 17+, para melhor explicar essas avaliações é possível defini-las como:

Everyone (E): Conteúdo que pode ser consumido por todas as faixas etárias, podendo conter um mínimo de violência, sendo ela de desenho, fantasia ou muito moderada e uso de linguagem brandamente má, desde que de modo pouco frequente;

Everyone 10+ (E 10+): Conteúdo recomendado para idades de 10 anos ou mais, podendo conter mais violência em contexto de desenho, fantasia, ou violência moderada, linguagem imprópria desde que brandamente usada, e temas sugestivos de forma mínima;

Teen (T): Conteúdo geralmente apropriado para idades de 13 anos ou mais, pode conter violência, temas sugestivos, humor rude ou impróprio, sangue de forma mínima, apostas simuladas e uso infrequente de linguagem bem imprópria;

Mature (M): Conteúdo geralmente recomendado para idades de 17 anos ou mais, podendo conter violência intensa, sangue entre outros elementos ocasionados pela violência, conteúdo sexual e linguagem muito imprópria;

Adults Only (A): Conteúdo recomendado para adultos apenas, podendo incluir cenas de violência intensa e prolongada, conteúdo sexual explícito e realista, e/ou apostas com dinheiro real;

Rating Pending (RP): Jogo que possui avaliação pendente, aparecendo apenas em material de jogos físicos como material promocional, anúncios entre outros. Rótulo que deve ser trocado sempre que o jogo tenha necessidade de conter uma avaliação *ESRB*;

Rating Pending Likely Mature (RP LM 17+): Basicamente é o mesmo que o rótulo anterior e a única diferença significativa é que há expectativa, pautada por elementos já expostos, de que o jogo será avaliado como pelo menos *Mature (M)* e com isso se finaliza as classificações etárias desse sistema (*ESRB*, 2022).

Embora não seja tão detalhado nas faixas etárias quanto o sistema *PEGI* o sistema *ESRB* possui seus méritos, inclusive quanto dos rótulos de conteúdo, que são mais específicos do que sua contraparte. Sendo cerca de 30 descritores que incluem assuntos como sexualidade, nudez, substâncias além de outros como jogos de azar e apostas é possível ver que houve especial preocupação com o ato de informar o conteúdo aos pais, que encontrarão diversos descritores.

Por fim, há os elementos interativos do jogo, que são assim descritos pela classificação indicativa da *ESRB*: “Elementos interativos destacam recursos interativos ou online que podem ser de interesse ou preocupação, mas não influenciam a atribuição de classificação de um produto. Isso inclui a capacidade dos usuários de interagir uns com os outros, o compartilhamento da localização dos usuários com outros usuários, se forem oferecidas compras de bens ou serviços digitais e/ou se for fornecido acesso irrestrito à Internet”. Em suma descrevem se há itens compráveis dentro do jogo, se incluem itens aleatórios como *lootboxes* e práticas de *gacha*, compartilhamento de localização, acesso irrestrito à internet, e conteúdo gerado por usuários além da interação entre esses usuários (*ESRB*, 2022).

Para se ter noção como são avaliados os jogos na prática e a distinção entre ambos os sistemas *PEGI* e *ESRB*, é ilustrativo usar de ambos para a análise do jogo *ELDEN RING* um verdadeiro sucesso de vendas do ano de 2022. No sistema *PEGI* tal jogo é avaliado como *PEGI* 16, contendo o marcador de violência. Também é possível ver na página dedicada ao jogo que “este jogo recebeu um *PEGI* 16 porque apresenta forte violência. Não é adequado para menores de 16 anos”. No sumário sobre o conteúdo avaliado há a seguinte descrição: “este jogo apresenta violência realista, envolvendo personagens humanos e de fantasia. Os personagens podem ser jogados para trás e atordoados por ataques, com grandes efeitos de sangue sendo usados. Quando derrotados, os personagens caem no chão onde seus corpos permanecem. Há uma cena em que um monstro com vários braços corta um braço com um machado”. Assim é possível para os pais avaliarem se tal conteúdo pode ser apresentado ou não para seus filhos, sendo que há também descrição sobre do que se trata o jogo em termos de narrativa (*PEGI*, 2022).

O mesmo jogo no sistema *ESRB* possui a classificação M, que como já fora mencionado é recomendada para jogadores com 17 anos ou mais. Os seguintes marcadores podem ser encontrados na página dedicada ao jogo: violência, temas sugestivos, sangue e mutilação e linguagem vulgar. Não há elementos interativos no jogo. No sumário, onde há uma breve descrição do jogo consta que “este é um *RPG* de ação no qual os jogadores assumem o papel de um personagem tentando recuperar um anel mágico e se tornar o Elden Lord. De uma perspectiva de terceira pessoa, os jogadores exploram ambientes, coletam itens e lutam contra vários inimigos (por exemplo, cavaleiros, criaturas fantásticas) em combate corpo a corpo. Os jogadores usam espadas, lanças, machados, flechas e magia contra os inimigos; o combate é destacado por gritos de dor, respingos de sangue e sons de impacto. O

jogo inclui representações de sangue: itens colecionáveis que incluem dedos e línguas decepadas; um personagem chefe cortando seu braço; braços decepados pendurados no teto. Durante o jogo, um monstro humanoide é retratado parcialmente nu, com escamas/cicatrizes cobrindo seu peito e regiões pélvicas. A palavra ‘merda’ aparece no diálogo”. Pode-se ver que há conhecimento pelo menos parcial do conteúdo, com o qual já é possível avaliar o jogo com certa segurança (ESRB, 2022).

No Brasil a responsabilidade de classificar audiovisuais fica a cargo da Secretaria Nacional de Justiça (SENAJUS) ligada ao Ministério da Justiça e Segurança Pública, e entre suas competências estão classificar: obras audiovisuais, entre elas as televisões aberta e fechada; mercado de cinema e vídeo; serviços de *streaming* e vídeo por demanda; jogos eletrônicos, aplicativos; jogos de interpretação de personagens – RPG e espetáculos abertos ao público (BRASIL, 2021, p. 5).

Segundo o próprio guia da classificação indicativa brasileira, sua razão de existir decorre de:

Essa competência decorre de previsão constitucional regulamentada pelo Estatuto da Criança e do Adolescente e é disciplinada por portarias do Ministério da Justiça e Segurança Pública. A classificação indicativa se encontra consolidada como política pública de Estado e seus símbolos são reconhecidos pela maioria das famílias. Estas os utilizam para escolher a programação televisiva, bem como os filmes, seriados, espetáculos, jogos e aplicativos que suas crianças e adolescentes devem ou não ter acesso (BRASIL, 2021, p. 5).

Entre os valores observados vale mencionar os direitos à educação, ao lazer, à cultura, ao respeito e à dignidade da criança e do adolescente, e da busca para garantir o direito de escolha dos pais, informando-os, pois sabe-se que há corresponsabilidade entre a família o Estado e a sociedade em geral em garantir o desenvolvimento sadio dos jovens. Menciona-se como uma conquista da sociedade brasileira possuir um sistema de classificação indicativa pois dá as condições necessárias aos pais de saber os conteúdos de que o núcleo familiar terá ou não acesso, e como papel da democracia garantir a liberdade de expressão e pensamento, permitindo que haja livre manifestação de ideias e opiniões sem que haja censura (BRASIL, 2021, p. 5).

O modo de funcionamento desse sistema de classificação indicativa se dá em três eixos temáticos distintos, onde se analisa os audiovisuais, incluindo os jogos eletrônicos. São eles “sexo e nudez”, “drogas” e “violência” e se busca olhar ao todo de determinada obra e não partes isoladas o que significa que em séries a

classificação é atribuída sobre o conjunto dos episódios e se leva em consideração as particularidades, a incidência, a relevância, a composição de cena das tendências de indicação apresentadas, além de outras características específicas. Ainda nesse sistema existem atenuantes e agravantes, que podem aumentar ou diminuir a faixa etária recomendada para determinado audiovisual. Quanto aos critérios se afirma que são objetivos, visto que se fosse analisado conforme a perspectiva de cada observador não haveria como se fazer um sistema de classificação indicativa funcional, portanto, não é feito juízo de valor sobre as obras e nem está a classificação indicativa presente para restringir a veiculação delas, no caso que seria um ato de censura (BRASIL, 2021, p. 8).

Quanto ao procedimento de inscrição o documento oficial afirma que:

O procedimento de inscrição processual realizado no Ministério da Justiça e Segurança Pública, exigido para todas as plataformas, emissoras e demais sujeitos que realizam classificação indicativa, é atualmente realizado por meio de peticionamento no Sistema Eletrônico de Informação – SEI, com o preenchimento da ficha técnica. Posteriormente, o procedimento será realizado pelo novo Sistema Eletrônico de Classificação Indicativa – CLASSIND, atualmente em desenvolvimento (BRASIL 2021, p. 9).

As análises não são feitas a partir de critérios ou tendências que atribuem indicações etárias diferentes à conteúdos similares, em razão de juízos de valor, divergências culturais ou religiosas, orientação sexual, etnia, raça ou cor, pertencimento a quaisquer grupos sociais e gênero. No entanto, busca-se usar de critérios que combatam o racismo, promovam o respeito e os direitos humanos, bem como combatam a violência. Apesar disso, a classificação indicativa não faz cortes de cenas ou solicita exclusão de audiovisuais (BRASIL, 2021, p. 9).

O modo de classificar do guia inclui os eixos temáticos, aos quais são dados uma letra como “A” para violência, “B” pra sexo e nudez e “C” para drogas. Ainda para as atenuantes e agravantes se dá a letra “D”. No próprio guia ainda há números que são dados posteriores as letras “A”, “B” e “C” indicando a faixa etária que aquele determinado conteúdo é recomendado. Ainda há a atribuição da letra “E” que no guia é responsável por identificar os descritores de conteúdo, os quais já vimos que existem nos sistemas *PEGI* e *ESRB*. Também há a indicação de elementos interativos, como fora visto nesses sistemas, que recebe no guia a atribuição “F” (BRASIL, 2021, p. 66).

Ainda sobre a classificação indicativa destaca-se que os conteúdos são subdivididos nas seguintes faixas etárias:

Esses elementos resultam em sete espécies, as quais estão enquadradas em critérios de apreciação que representam as tendências de indicação, gerando as seguintes divisões:

- I) ER – especialmente recomendado para crianças e adolescentes;
- II) L – livre para todos os públicos;
- III) 10 – Não recomendado para menores de dez anos de idade;
- IV) 12 – Não recomendado para menores de doze anos de idade;
- V) 14 – Não recomendado para menores de quatorze anos de idade;
- VI) 16 – Não recomendado para menores de dezesseis anos de idade;
- VII) 18 – Não recomendado para menores de dezoito anos de idade (DIAS, 2016, p. 244).

Quanto a classificação “A” ou do eixo violência que pode se conter em cada faixa etária exemplifica-se:

A.1 LIVRE

A 1.1 Arma sem violência: presença de armas de qualquer natureza, sem que o contexto violento esteja presente, desde que o objeto seja o cerne da cena ou imagem em questão. Em suma esse critério é utilizado quando há a demonstração de uma arma, mas não de violência, não se caracteriza esse conteúdo se o personagem apresentado é por exemplo um guerreiro ou policial no qual a arma é apenas enfeite para caracterizar o personagem, mas se caracteriza quando a arma é o objeto central de determinada cena, apesar do personagem ser um samurai, por exemplo. Um exemplo que caracterizaria seria uma cena em um estande de tiro.

Na categoria livre, entram conteúdos que via de regra não possuem violência, ou possuem de forma muito fantasiosa e sem um contexto real, de onde poderia se deduzir um fato mais gravoso, o que poderia prejudicar o público com menos de dez anos de idade seja causando medo seja expondo-os a uma discussão muito séria para sua compreensão.

A.2 NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 10 ANOS

A.2.1 Angústia: conteúdos que possam provocar desconforto no espectador, tais como a apresentação de discussões ríspidas, escatologia, personagens em depressão ou tristeza intensa, acidentes e destruições, morte de pessoas ou animais com vínculos fortes com o personagem. Exemplo disso seriam as cenas de intervenções médicas invasivas, coisas que possam ser asquerosas como personagens vomitando em outros ou uma morte por doença.

Aqui entram conteúdos que já podem causar medo, como o uso de violência muito branda ou não-explicita, mas cujo contexto pode trazer reflexões.

Nesse tipo de conteúdo se amolda cenas tristes ou tensas, desde que não haja intensidade suficiente para caracterizar algo mais sério.

A.3. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 12 ANOS

A.3.1 Agressão verbal: apresentação de cenas em que ocorram xingamentos ou troca de ofensas entre personagens. Exemplo seriam trocas de insultos diretos como “filho da puta” ou “você é uma merda”. Insultos infantis com fins de comédia como “bobo” e “chato” não caracterizam esse conteúdo.

Na categoria em questão entram conteúdos que envolvem alguma forma de violência, como o *bullying* e o constrangimento, e também se amolda o perigo e atos que envolvam ele. Ainda atos violentos que envolvam animais via de regra caem aqui, como seria o caso de demonstração de uma rinha de galos em uma cena ou jogo.

A.4. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 14 ANOS

A.4.1 Aborto: descontinuação dolosa da gravidez, com ou sem expulsão do feto, da qual resulta a morte do nascituro. Para a contemplação desta tendência é necessário que o ato seja iniciado ou que o indivíduo se dirija ao local do procedimento, deixando clara a sua execução. Aborto espontâneo não caracteriza esse critério, que tem como exemplo um personagem se dirigir a uma clínica com clara menção a realização do procedimento.

Aqui entram figuras da violência que envolvem desde ilícitos como o já mencionado aborto, até as questões complexas como a pena de morte. Válido dizer que nessa categoria se inaugura discussões sobre violência com reflexos fortes na sociedade e, portanto, não são adequadas para um público com menos que quatorze anos.

A.5. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 16 ANOS

A.5.1 Ato de pedofilia: violência sexual contra vulnerável (menor de 14 anos). Neste caso, não há a necessidade da consumação sexual, mas sim de qualquer ato libidinoso que envolva crianças e adolescentes nesta faixa etária. Exemplo seria personagem organizando difusão de fotos com conteúdo sexual envolvendo crianças.

Aqui entram os atos mais extremos e complexos, assuntos que são difíceis até mesmo para adultos entenderem, mas que por algumas razões sejam adequados expor aos jovens, seja para conscientizar sobre a existência de tais atos, seja para alertar, ou fins artísticos da obra. Entraria aqui inclusive o suicídio.

A.6. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 18 ANOS

A.6.1 Apologia à violência: cenas que, por diálogos, imagens e contextos, enalteçam e incentivem a prática de violência ou a retratem de forma “bonita”, “interessante”, “aceitável” ou “positiva”. O conteúdo, portanto, valoriza o ato violento e/ou os agressores. Exemplos seriam cenas tratarem como boas atitudes sádicas ou masoquistas, bem como incitar a violência como única solução para algum conflito, ou seja, banalizar a violência (BRASIL, 2021, p. 27).

Atos extremamente detalhados e cruéis bem como a apologia à violência entram aqui, é possível deduzir que vários jogos entram nessa categoria de forma direta, visto que são comuns esses assuntos em tais obras (BRASIL, 2021, p. 27).

Terminado o primeiro eixo, cabe aqui demonstrar exemplos do eixo relativo a sexo e nudez ou eixo “B”:

B.1. LIVRE

B.1.1 Nudez não erótica: a tendência é aplicada taxativamente aos seguintes casos: retratação de comunidades indígenas ou tradicionais silvícolas; amamentação; nudez infantil (sem a associação com pedofilia); autópsias; obras de arte sem teor erótico explícito; exames médicos; casos em que um indivíduo necessita de auxílio ou cuidados para trocar de roupa e/ou banhar-se. Vale mencionar que se houver valorização da cena, como dar zoom em partes íntimas isso leva a outra classificação que não aqui. Exemplo de um conteúdo desse tipo são documentários sobre a vida de tribos.

Aqui entra a nudez não valorizada, em um contexto não erótico, cuja obra possua fins mais educativos ou informativos, enfim, possuem uma causa relevante e uma nudez como algo que não seja o enfoque de modo algum.

B.2. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 10 ANOS

B.2.1 Conteúdo educativo sobre sexo: diálogos e imagens não estimulantes sobre sexo e que estejam dentro de contexto educativo ou informativo. Exemplos seriam aulas sobre o sistema reprodutivo e cenas afins.

Aqui entrariam os fins mais educativos, como aulas de biologia que busquem ensinar o sistema reprodutivo sem possuir provocações ou insinuações da sexualidade humana.

B.3. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 12 ANOS

B.3.1 Apelo sexual: cenas que apresentem diálogos estimulantes, manifestações de desejo ou provocações de caráter sexual. Exemplos seriam personagens tecer comentários libidinosos sobre outros.

Aqui cabem as provocações da sexualidade humana desde que não sejam explícitas, trata-se de temas como carícias, linguagem chula entre outros.

B.4. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 14 ANOS

B.4.1 Erotização: apresentação de imagens, diálogos e contextos eróticos, sensuais ou sexualmente estimulantes, tais como strip-tease e danças eróticas. Existe a valorização imagética do contexto sexual. Exemplos aqui são cenas e gestos que provoquem ou evoquem a sexualidade.

Aqui entram conteúdos com mais carga de sexualidade que os anteriores, ainda de forma não explícita, mas que se dê para deduzir facilmente que o conteúdo envolve sexo ou vulgaridade.

B.5. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 16 ANOS

B.5.1 Relação sexual intensa: cena superestimada e/ou de longa duração, em que é apresentada qualquer modalidade de sexo (vaginal, anal, oral, manual) não explícito. Nesta modalidade, o ato sexual é mostrado de forma verossímil, extensa ou contundente. Pode-se dizer que é uma versão mais intensa ou duradoura do critério “relação sexual” já explicado.

Conteúdo que envolve relações sexuais, de forma mais valorizada cabe nesse marcador, como é o caso do exemplo supramencionado.

B.6. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 18 ANOS

B.6.1 Sexo explícito: apresentação de relação sexual explícita, de qualquer natureza, inclusive da masturbação, com a mostra de reações realistas dos participantes do ato sexual e/ou visualização dos órgãos sexuais. Não ocorre exclusivamente em obras pornográficas. Aqui se pode mencionar que qualquer cena que envolva explicitamente atos sexuais, mesmo que em jogos ou filmes não-pornográficos, deve receber esse critério (BRASIL, 2021, p. 36).

Aqui entram cenas explícitas, fácil dizer que não são recomendadas para jovens. Além disso entram práticas sexuais que sejam demasiadas complexas de se discutir como o incesto, mesmo que insinuado (BRASIL, 2021, p. 36).

O último eixo, ou eixo “C” trata do assunto “drogas” e suas classificações de conteúdo são os seguintes exemplos:

C.1. LIVRE

C.1.1 Consumo moderado ou insinuado de droga lícita: cenas irrelevantes para a trama, em que são apresentados o consumo moderado ou insinuado de drogas lícitas, em situações sociais, sem o vislumbre ou percepção dos efeitos relacionados a sua ingestão, como é o caso da embriaguez. Inclui-se, nesta tendência, o consumo regular

de medicamentos. O exemplo dessa classificação de conteúdo seria uma comemoração onde se abre um espumante sem que haja abuso ou embriaguez.

São entre outros, os casos de uso social de bebidas desde que não sejam relevantes para a trama ou exista por parte de um dos personagens o uso excessivo e continuado.

C.2. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 10 ANOS

C.2.1 Descrição do consumo de droga lícita: diálogos, narrações, sinalizações ou cartelas gráficas com a descrição do consumo de drogas lícitas. Aqui o exemplo seria um personagem dizer que consumiu uma cerveja gelada na noite anterior.

Aqui se dá descrições detalhas sobre o uso de drogas permitidas bem como discussões equilibradas de assuntos como o tráfico ou as drogas ilegais.

C.3. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 12 ANOS

C.3.1 Consumo de droga lícita: cena em que seja exibido o tabagismo e/ou a ingestão de bebidas alcoólicas. Aqui entram entre outras coisas, casos de embriaguez, mesmo não se mostrando o ato de beber, fumar cigarros, e uso ritualístico de ayahuasca, caso o uso dessa droga seja recreacional, entra-se em outra categoria.

Aqui o consumo ocorre de forma explícita e fora de um contexto atenuador, inclusive cabe aqui a ingestão de remédios que não estejam em conformidade com as receitas médicas, como um personagem que dobra a dose de paracetamol.

C.4. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 14 ANOS

C.4.1 Consumo insinuado de droga ilícita: cena em que, por imagens, diálogos, sinalizações ou contexto, entende-se que houve o consumo de drogas ilícitas. Aqui entraria entre outras coisas uma cena onde há cinzeiro com cigarro de maconha ou uma mesa com restos de cocaína, sem mostrar o consumo.

Aqui entram narrativas que envolvem drogas e o consumo ou a comercialização delas.

C.5. NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 16 ANOS

C.5.1 Consumo de droga ilícita: apresentação do uso de drogas ilícitas, como cocaína, merla, crack, maconha, drogas sintéticas, etc. Aqui entra o consumo de drogas ilícitas e o consumo de medicamentos para fins entorpecentes. Também se caracteriza no caso da cena mostrar os efeitos da droga, mostrando que houve o consumo.

Aqui entra a forma explícita do consumo e produção de drogas ilegais, bem como a insistência de um personagem para que outro use drogas.

C.6 NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 18 ANOS

C.6.1 Apologia ao uso de droga ilícita: imagens, diálogos ou contextos em que se estimule ou enalteça o consumo de qualquer droga ilícita, disseminando-se a ideia de que as drogas são benéficas (em qualquer contexto) ou inócuas. Aqui entre várias coisas entraria um conteúdo onde o personagem consome drogas para obter poder ou dinheiro, bem como narrativas que enalteçam as drogas ou as tratem como inofensivas a saúde (BRASIL, 2021, p. 43).

Esse critério é tão somente dedicado a apologia ao uso de drogas ou a glorificação das drogas em si (BRASIL, 2021, p. 43).

Com isso, se finda os eixos temáticos e resta agora exemplificar as atenuantes e agravantes de conteúdo, que são descritas como: “atenuantes são fatores imagéticos ou contextuais da obra que podem reduzir o impacto das tendências de indicação” e “agravantes são fatores contextuais ou imagéticos da obra que podem aumentar o impacto ou o potencial agressivo das tendências de indicação” (BRASIL, 2021, p. 44).

D.1. ATENUANTES

D.1.1 Composição de cena: qualquer elemento da linguagem audiovisual (direção, roteiro, fotografia, iluminação, direção de arte, som, edição e qualidade da imagem) que atenua o conteúdo classificável. Exemplo seria um assassinato onde não se mostre o ato diretamente, com o agressor e vítima desfocados ou pouco visíveis;

D.2. AGRAVANTES

D.2.1 Banalização: apresentação de conteúdos cômicos ou caricatos, que em vez de atenuarem a cena, dão a sensação de serem apologéticos ou incentivadores do ato praticado. Exemplo seria jogo onde o personagem tece comentários que são cômicos mas diminuem a gravidade de atos cometidos por ele, como um homicídio ou o emprego da violência (BRASIL, 2021, p. 51).

Há ainda, descritores de conteúdo, mas em razão da extensão desses no sistema brasileiro é melhor se limitar a apresentar os eixos em que estão divididos atualmente, sem entrar especificamente em cada um deles. São os eixos: E.1 – Atos Criminosos, E.2 – Conteúdo Sexual, E.3 – Drogas, E.4 – Drogas Ilícitas, E.5 – Drogas Lícitas, E.6 – Linguagem Imprópria, E.7 – Medo, E.8 – Nudez, E.9 – Procedimentos Médicos, E.10 – Sexo Explícito, E.11 – Temas Sensíveis, E.12 – Violência, E.13 – Violência Extrema, E.14 – Violência Fantasiada (BRASIL, 2021, p. 52).

Por fim, existem os chamados elementos interativos, como existem nos sistemas *PEGI* e *ESRB*, que são apenas avisos sobre conteúdos como:

F.1 - Compartilha localização: indica a capacidade de exibir a localização precisa do usuário, no mundo real, a outros jogadores:

F.2 – Compras on-line: indica a possibilidade de efetuar compras de produtos digitais, como fases extras, *skins*, itens surpresa, músicas, moedas virtuais, assinaturas, passes de temporada, upgrades ou prêmios, com moeda do mundo real.

F.3 – Compras on-line (inclui itens aleatórios): indica a possibilidade de efetuar compras no jogo, com dinheiro real (ou com moedas virtuais ou outras formas de moeda do jogo que podem ser compradas com dinheiro real), de bens digitais ou prêmios para os quais o jogador não sabe antes da compra o que receberá (por exemplo, caixas de saque, pacotes de itens, prêmios misteriosos, trajes, *skins*, etc.)

F.4 – Interação de usuários: indica possível exposição a conteúdo gerado pelo usuário, não filtrado, incluindo comunicações entre usuários e compartilhamento de mídia por meio de redes ou mídias sociais (BRASIL, 2021, p. 66).

Todavia, percebe-se que o âmbito da classificação indicativa não se encontra adaptada as novas práticas comerciais contidas nos jogos eletrônicos, de modo que algumas de suas técnicas não restam evidenciadas ou são alvo da análise atual, o que se soma ainda ao campo do consumidor revelando um processo de desproteção dos usuários, sejam eles adultos ou infantes, mas com reforço intensificado sobre os últimos em razão de sua condição peculiar de desenvolvimento (DIAS, 2016, p. 242).

Sobre isso, ressaltam autores que:

Sabe-se que a existência de normativa regulamentando a matéria não garante a proteção necessária, tornando-se imprescindível a fiscalização por parte do poder público e da sociedade, bem como o cuidado e acompanhamento da família. Todavia, o fato de os jogos virtuais não estarem contemplados por qualquer regulamentação indica a necessidade de as instituições incluírem o tema em sua pauta de discussão [...] (VERONESE; SILVA, 2009, p. 320).

É possível afirmar que o Estatuto da Criança e do Adolescente buscou reconhecer a importância do lazer e da diversão para o desenvolvimento sadio do ser humano, desde que observados certos parâmetros legais, onde não se deveria expor crianças e adolescentes aos riscos advindos do mercado do entretenimento seja ele vislumbrado na televisão, em espetáculos ou até mesmo nos jogos eletrônicos (VERONESE; SILVA, 2011, p. 100).

Inclusive é disposto no Estatuto em especial nos artigos 75 e 76 parágrafo único, garantias e comandos, que são os seguintes:

Art. 75. Toda criança ou adolescente terá acesso às diversões e espetáculos públicos classificados como adequados à sua faixa etária.

Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição (BRASIL, 1990).

No entanto, a regulamentação para os jogos não vem propriamente do Estatuto, e apesar de poder ser deduzida dele, está mais especificamente atrelada a Portaria MJSP Nº 502, De 23 De Novembro De 2021, que define que jogos eletrônicos distribuídos de forma física ou digitalmente estão sujeitos a classificação de seu conteúdo.

Outra disposição importante do Estatuto é a contida no artigo 81, inciso VI, que dispõe que é proibido a venda de bilhetes lotéricos ou equivalentes para as crianças e adolescentes. Em que pese as caixas de recompensas baseadas em *gacha* de fato não serem loterias propriamente ditas, é devido argumentar que o legislador se preocupou não somente com o fato de que a criança poderia entrar numa casa lotérica ou similar e fazer um jogo, mas está preocupado efetivamente com a participação de crianças e adolescentes com casas de apostas e jogos de azar que possam explorar da vulnerabilidade que pessoas com tais características possuem naturalmente, sendo assim esse comando deve ser entendido de modo mais extenso e abrangente, incluindo qualquer tipo de aposta ou jogo que venha a ser inadequado para pessoas menores do que a idade legal.

E voltando a classificação indicativa, é possível ressaltar que houve extensa discussão sobre ela antes de sua definitiva implementação, cabendo aqui a citação:

Primeiro vou explicar que papo é esse que as más línguas contam que a classificação é proibitiva e não indicativa. De uma vez por todas é preciso esclarecer que a classificação de produtos audiovisuais é uma informação que indica aos pais e aos responsáveis a existência de conteúdo inadequado a crianças e a adolescentes. A classificação indica aos pais e aos responsáveis para que eles possam decidir, calcados na autoridade que lhes concede o poder familiar, se a criança ou o adolescente sob sua guarda poderá assistir a um filme ou jogar um “game” considerado inadequado para sua idade. Falo do que é considerado inadequado porque quando a diversão ou espetáculo público é adequado à sua faixa etária, as crianças maiores de dez anos e os adolescentes têm o direito de acessá-los mesmo na ausência de seus pais (ROMÃO, 2006, p. 37).

Nesse sentido, pode-se destacar que caberia a classificação indicativa avaliar o conteúdo, e classificá-lo adequadamente, permitindo elucidar melhor aos pais e responsáveis se é adequado ou não expor seus filhos ou tutelados a jogos eletrônicos que possuem técnicas de monetização controversas por natureza, e como provável consequência da avaliação dessas mecânicas o aumento da faixa etária recomendada, o que poderia interferir no acesso desses adolescentes e crianças a conteúdo potencialmente prejudicial tanto a sua integridade psíquica e econômica quanto aos seus direitos. Contudo, o melhor caminho para uma proteção adequada não envolve somente a classificação indicativa, mas também uma reavaliação das leis presentes no país e possivelmente um tratamento legal específico para os videogames, pois destaca-se que apesar de entrarem na categoria de audiovisual, são infinitamente distintos de filmes ou músicas ou qualquer tipo de audiovisual antes visto. Seria um desafio para o legislador, com toda certeza, mas não há dúvidas que seja um problema cujo enfrentamento é necessário. É importante que as novas abordagens se deem de modo que estabeleçam diretrizes mínimas a serem seguidas pelas empresas responsáveis por distribuir ou comercializar os jogos eletrônicos, de modo claro, e com participação efetiva da sociedade e dos interessados em geral.

4 CONCLUSÃO

Recapitulando o que fora visto até aqui, é possível destacar no primeiro item a evolução dos jogos eletrônicos, o modo como saem de produtos um pouco complexos para se tornarem produtos e serviços altamente complexos, sendo que no caminho há não somente uma evolução gráfica mas também há mutações no modo que se monetizam esses jogos além de mutações no próprio conteúdo que esses jogos possuem. Fora apresentado alguns conceitos e centrais para o entendimento desde logo do trabalho, como é o caso da *lootbox* versão ocidental do conjunto de práticas denominadas de *gacha* que são exploradas mais a fundo na sequência do trabalho. Destacam-se também as práticas laborais dos jogos como o *crunchtime* advindas principalmente do aumento de custos e do tempo de produção, que também estão umbilicalmente ligadas ao surgimento das modalidades de microtransação,

conceito que revolucionou os modelos de negócio dentro dos jogos eletrônicos e que oportunizou a disponibilização massiva destes no mercado global. Ainda há menção a modos como os negócios fazem ajustes e influenciam diretamente no pensamento e comportamento do consumidor que está cada vez mais exposto a economia de dados, da qual a indústria dos jogos eletrônicos faz parte tendo pleno conhecimento e domínio de quem são seus consumidores e consumidores em potencial.

No item seguinte o assunto é dedicado a economia de bens virtuais, destacando a distinção desses para bens físicos, pois possuem uma lógica totalmente diversa tanto na sua disponibilização quanto na sua essência. Ainda se menciona que esses bens virtuais possuem muito valor se postos no contexto certo como é o caso da tecnologia dos tokens não-fungíveis, utilizada por alguns jogos eletrônicos mas também para disponibilização de arte virtual, colecionáveis e outros. É possível dizer com certa certeza que toda tecnologia, seja os jogos eletrônicos ou os bens virtuais em geral, possui uma parte de influência seja ela política seja ela cultural. O setor dos jogos eletrônicos especificamente, após o fim da guerra fria traz para si uma ideologia neoliberal que é explicitamente vista no modo que a indústria se organiza bem como nos discursos e narrativas produzidas dentro dos próprios jogos eletrônicos. Lógico, que como demonstrado há movimentos dentro da indústria de jogos como são alguns estúdios independentes bem como críticas até mesmo por parte de grandes produções às exigências de produtividade pregadas pelo neoliberalismo, apesar de que são exceções, visto que a estrutura da indústria de jogos eletrônicos favorece as grandes empresas de jogos, as quais absorvem estúdios menores e criam grandes conglomerados, as vezes impedindo novas pessoas de adentrarem nesse mercado tanto por possuírem propriedade intelectual quanto por dominar o *know-how* e as ferramentas necessárias para a produção de novos jogos.

A segunda parte se dedica a trabalhar mais a fundo o direito e os modos por qual se tutelam os jogos eletrônicos, bem como apresentar as dissonâncias que permitem empresas desse setor obter lucro mesmo que ferindo a legislação brasileira. No primeiro item se trabalha a atual legislação e a falta da legislação específica no Brasil, destacando-se o código do consumidor, visto que todos os jogadores são consumidores ou consumidores em potencial, uma vez que são destinatários finais do produto ou serviço ofertado, que é o jogo eletrônico. Ainda é visto como fora tutelado as práticas de monetização nos jogos eletrônicos internacionalmente. É visto entre outras coisas o conceito de *gachapon* ou *gacha* que é advindo do Japão, em específico de máquinas de prêmios aleatórios e como esse conjunto de técnicas

entrou nos jogos, começando pelos jogos mobile orientais até entrar no ocidente sob as vestes de *lootbox* ou caixa de recompensas que hoje estão em praticamente todos os jogos, sendo eles pagos (*pay-to-play*) ou não. Vislumbra-se que há confusão entre os jogadores dos direitos que possuem, inclusive em face dos contratos eletrônicos de adesão que são utilizados pelos jogos e estipulam cláusulas que por vezes andam em desconformidade com a legislação e o direito, os quais os jogadores aceitam de modo rápido pois caso contrário ficam sem acesso.

No item seguinte, há menção aos jogos que incorporam tais práticas e como funcionam as práticas de monetização mais a fundo, onde destaca-se o fato de existirem mais que uma espécie de modelo de negócio, mas que geralmente é pautado no mesmo princípio: obter o máximo de lucros possíveis aproveitando de mecanismos que estimulam o psíquico do jogador a gastar mesmo que patologicamente ou de modo não-responsável ou irrestrito. Essas formas de monetizar os jogos se assemelham muito aos jogos de azar, pois envolvem elementos que são centrais aos jogos de chance, sendo eles a possibilidade de fazer *cash-out*, obter ganhos ou perdas baseados na sorte que cada um possui. Há várias motivações para fazer essas compras, seja obter um item raro de uma coleção, ou obter lucros, ou até mesmo obter vantagens sobre outros jogadores, nem que seja para poder jogar em alto nível ou competitivamente, no qual se destaca o papel dos esportes eletrônicos. Ainda outros mecanismos que se destacam são a facilidade em comprar, o uso de dinheiro intermediário para confundir o jogador acerca do real valor de suas transações, fatores que permitem a exploração da vulnerabilidade de alguns jogadores, como é o caso do público infantojuvenil.

No terceiro e último item destaca-se o papel dos sistemas de classificação indicativa, que se frisa não existirem para proibir ou censurar conteúdo mas para oferecer proteção adequada para o público infantojuvenil. Entre esses sistemas em específico fora demonstrado o funcionamento do *PEGI*, europeu bem como do *ESRB*, americano. Por fim fora tratado do sistema brasileiro, que se nota ser bem complexo e possui como razão de sua existência a proteção do público infantojuvenil brasileiro. Há no sistema brasileiro, clareza sobre os três eixos temáticos responsáveis por declarar a faixa etária recomendada, que são o eixo de drogas, sexualidade e violência, além de incluir também atenuantes e agravantes. No entanto, o sistema brasileiro assim como os outros se limita a informar a presença de conteúdo econômico como são microtransações aleatórias dentro dos jogos, não as utilizando como critério no processo de classificação etária, o que se destaca ser um problema pois fora visto

que essas práticas abusam da condição de vulnerabilidade da criança e do adolescente, que são via de regra um dos maiores públicos dos jogos eletrônicos, ferindo-os economicamente bem como psiquicamente, de modo que não agregam na compreensão de valores positivos.

Em síntese todos os sistemas buscam classificar da maneira mais apropriada possível os audiovisuais, como jogos que estão entrando no mercado de consumo, mas a questão que resta é: são eles suficientes? Viu-se que o sistema brasileiro é de longe o mais específico e detalhado no tratamento de conteúdo, no entanto o argumento é de que de fato nenhum desses sistemas oportuniza de maneira eficaz a proteção das crianças e adolescentes diante das práticas predatórias em que os jogos eletrônicos os estão inserindo, via de regra porque não possuem como critérios de conteúdo o uso ou efetivo emprego dessas práticas. Foi ressaltado ao longo de todo o trabalho os efeitos prejudiciais do *gacha* e das *lootboxes* entre outras microtransações.

É fato que nem mesmo a legislação está sendo seguida, como fora visto com o caso do código de defesa do consumidor, mas também do estatuto da criança e do adolescente, sendo muito provavelmente necessário que se dê uma abordagem específica aos jogos eletrônicos, oportunizando dentro do contexto democrático que todos os interessados contribuam para que não haja nem censura ou restrição a liberdade de expressão mas também não haja afronta a dignidade que as leis tanto merecem.

É por isso que se sugere que se inicie uma avaliação desses conteúdos com base em dois argumentos: 1 – sendo os jogos de azar contravenção penal deveriam essas práticas estarem contidas na avaliação de conteúdo pois de fato é isso que são em essência. E, 2 – independentemente de ser ou não contravenção penal, tais práticas são inerentemente abusivas e controversas e merecem que haja tratamento legal adequado tanto por parte do legislador brasileiro quanto por parte de órgãos que busquem promover os direitos fundamentais de crianças e adolescentes, e assim, que sejam os instrumentos e mecanismos de proteção destes adequados a nova realidade tecnológica que se impõe. Sendo assim e sabendo do dever de proteção do Estado bem como a proibição de proteção insuficiente (*untermassverbot*) faz-se mais que necessário um reexame que contemple os direitos já consagrados tanto dos consumidores quanto desses jovens que estão em especial condição de vulnerabilidade.

REFERÊNCIAS

ABATH, Daniel. A pervasividade do neoliberalismo nas representações de trabalho precário no game Death Stranding. **Revista Contracampo**, v. 40, n. 3, 2021.

ALEXY, Robert. Direitos fundamentais, balanceamento e racionalidade. **Ratio juris**, v. 16, n. 2, p. 131-140, 2003.

BRASIL. **Guia prático de audiovisual**. 4 ed. Brasília, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/guia-de-classificacao>. Acesso em: 10 mar. 2022.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2022.

BRASIL. Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm. Acesso em: 10 mar. 2022.

BROWN, Wendy. **Cidadania Sacrificial**: Neoliberalismo, capital humano e políticas de austeridade. S.L: Zazie Edições, 2018.

BULUT, Ergin. **A precarious game**: The Illusion of Dream Jobs in the Video Game Industry. Nova Iorque: ILR PRESS, 2020.

CAGNO, Renato. **A Era dos Bens Digitais**: Por que os Produtos Digitais Irão Revolucionar o Comércio. S.L, 2019.

CANTO, Rodrigo Eidelwein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico e a reconstrução da confiança na atualização do código de defesa do consumidor**. Dissertação (Mestrado em Direito) – Curso de Pós-Graduação em Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

CASTILLO, David J. **Unpacking the loot box**: How gaming's latest monetization system flirts with traditional gambling methods. Santa Clara L. Rev., v. 59, p. 165, 2019.

CHAMAYOU, Grégoire. **A sociedade ingovernável**: uma genealogia do liberalismo autoritário. São Paulo: Ubu, 2020.

CONSALTER, Zilda Mara; DOS ANJOS, Alexsandro. Apontamentos jurídicos acerca das contas de jogos eletrônicos online. **Revista Eletrônica Direito e Sociedade-REDES**, v. 6, n. 1, p. 319-337, 2018.

CRAWFORD, Garry. Is it in the game? Reconsidering play spaces, game definitions, theming, and sports videogames. **Games and Culture**, v. 10, n. 6, p. 571-592, 2015.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2017.

DIAS, Felipe da Veiga. **O Direito à Informação na Infância Online**. Curitiba: Prismas, 2016.

DOGRUEL, Leyla; JOECKEL, Sven. **Sistemas de classificação de videogames nos EUA e na Europa**: comparando seus resultados. Classificação Indicativa. 2014.

EFING, Antônio Carlos; BAUER, Fernanda Mara Gibran; ALEXANDRE, Camila Linderberg. Os deveres anexos da boa-fé e a prática do neuromarketing nas relações de consumo: análise jurídica embasada em direitos fundamentais. **Revista Opinião Jurídica (Fortaleza)**, v. 11, n. 15, p. 40, 2013.

EGENFELDT-NIELSEN, Simon; SMITH, Jonas Heide; TOSCA, Susana Pajares. **Understanding Video Games**: the essential introduction. 3. ed. Nova Iorque: Routledge, 2016.

ESRB. **Entertainment Software Rating Board**. 2022. Disponível em: <https://www.esrb.org/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

FIELDS, Tim. **Mobile & Social Game Design**: monetization methods and mechanics. 2. ed. Boca Raton: CRC Press, 2014.

FORTNOW, Matt ; TERRY, QuHarrison. **The NFT Handbook**: How to Create, Sell and Buy Non-Fungible Tokens. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2022.

GERVASONI, Tamiris Alessandra; BOLESINA, Iuri. O dever (constitucional) de proteção aos direitos fundamentais nas relações privadas: um estudo de caso. **Mostra de Pesquisa de Direito Civil Constitucionalizado**, 2014.

GERVASONI, Tamiris Alessandra; DIAS, Felipe da Veiga. A declaração dos direitos do homem e cidadão e a teoria do dever constitucional de proteção (schutzpflicht): os primeiros passos do reconhecimento da dignidade humana de crianças e adolescentes. **Seminário Internacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea**, n. 11, 2014.

GRIFFITHS, Mark D. Is the buying of loot boxes in video games a form of gambling or gaming? **Gaming Law Review**, v. 22, n. 1, p. 52-54, 2018.

HARDENSTEIN, Taylor Stanton. Skins in the game: Counter-strike, esports, and the shady world of online gambling. **UNLV Gaming LJ**, v. 7, p. 117, 2017.

HARTMANN, Ivar Alberto Martins. O princípio da precaução e sua aplicação no direito do consumidor: dever de informação. **Direito & Justiça**, v. 38, n. 2, 2012.

KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H.. Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder. **Addiction**, [S.L.], v. 113, n. 11, p. 1967-1969, 28 jun. 2018.

KING, Chelsea. **Forcing Players to Walk the Plank**: Why End User Licences Agreements Improperly Control Players' Rights regarding Microtransactions in Video Games. *Wm. & Mary L. Rev.*, v. 58, p. 1365, 2016.

KOEDER, Marco Josef; TANAKA, Ema; MITOMO, Hitoshi. **"Lootboxes" in digital games-A gamble with consumers in need of regulation?** An evaluation based on learnings from Japan. 2018.

KONDER, Carlos Nelson. Vulnerabilidade patrimonial e vulnerabilidade existencial: por um sistema diferenciador. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 99, p. 101-123, 2015.

LAZZARATO, Maurizio. **Fascismo ou revolução**: o neoliberalismo em chave estratégica. São Paulo: n-1 edições, 2019.

LEGAULT, Marie-Josée; WESTSTAR, Johanna. Videogame developers among 'extreme workers': Are death marches over? **E-Journal of International and Comparative Labour Studies**, v. 6, n. 3, p. 1, 2017.

LIN, Dayi; BEZEMER, Cor-Paul; HASSAN, Ahmed E. An empirical study of early access games on the steam platform. **Proceedings Of The 40Th International Conference On Software Engineering**, [S.L.], 27 maio 2018.

LIU, Kevin. A global analysis into loot boxes: Is it virtually gambling. **Wash. Int'l LJ**, v. 28, p. 763, 2019.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. Princípios sociais dos contratos no CDC e no novo Código Civil. **Revista jurídica da UNIRONDON**, p. 11-12, 2002.

MAC SÍTHIGH, Daithí. Multiplayer games: tax, copyright, consumers and the video game industries. **European Journal of Law and Technology**, v. 5, n. 3, 2014.

MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? **Revista da Faculdade de Direito**, v. 1, n. 22, 2002.

MELISSINOS, Chris; O'ROURKE, Patrick. **The art of videogames**: from pac-man to mass effect. Nova Iorque: Welcome Books, 2012.

NEELY, Erica L. Come for the game, stay for the cash grab: The ethics of loot boxes, microtransactions, and freemium games. **Games and Culture**, v. 16, n. 2, p. 228-247, 2021.

NORAT, Markus Samuel Leite. O conceito de consumidor no direito: uma comparação entre as teorias finalista, maximalista e mista. **Cognitio Juris**, v. 2, n. 4, p. 80-95, 2012.

PEGI. **Pan European Game Information**. 2022. Disponível em: <https://pegi.info/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

PETROVSKAYA, Elena; ZENDLE, David. **Predatory Monetisation?** A Categorisation of Unfair, Misleading and Aggressive Monetisation Techniques in

Digital Games from the Player Perspective. *Journal of Business Ethics*, p. 1-17, 2021.

QUAH, Danny. **Digital Goods and the New Economy**. CEPR Discussion Papers, 2003.

ROMÃO, José Eduardo Elias. A Nova Classificação Indicativa: construção democrática de um modelo. CHAGAS, CMF; ROMÃO, JEE; LEAL, S. **Classificação Indicativa no Brasil**: desafios e perspectivas. Brasília: Ministério da Justiça, 2006.

SCHREIER, Jason. **Blood, sweat, and pixels**: the triumphant, turbulent stories behind how video games are made. Nova Iorque: Harper Paperbacks, 2017.

SILVA, Michael César; DOS SANTOS, Wellington Fonseca. O direito do consumidor nas relações de consumo virtuais. **Revista da Faculdade Mineira de Direito**, v. 15, n. 30, p. 119-147, 2012.

SIUDA, Piotr. Sports gamers practices as a form of subversiveness—the example of the FIFA ultimate team. **Critical Studies in Media Communication**, v. 38, n. 1, p. 75-89, 2021.

TAVARES FILHO, Cícero. Os princípios contratuais da boa-fé objetiva e da função social do contrato perante o código civil brasileiro. **Revista de Filosofia do Direito, do Estado e da Sociedade (FIDES)**, 2019.

TEPEDINO, Gustavo; SCHREIBER, Anderson. Os efeitos da Constituição em relação à cláusula da boa-fé no Código de Defesa do Consumidor e no Código Civil. **Revista da EMERJ**, v. 6, n. 23, p. 139-151, 2003.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. **NUDGE**: improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven: Yale University Press, 2008.

TOMIC, Nenad Zoran. Economic Model of Microtransactions in Video Games. **Journal Of Economic Science Research**, Kragujevac, v. 01, n. 01, p. 17-23, 04 jan. 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/331674647_Economic_Model_of_Microtransactions_in_video_Games. Acesso em: 16 nov. 2021.

TOMIĆ, Nenad. Effects of micro transactions on video games industry. **Megatrend revija**, v. 14, n. 3, p. 239-257, 2017.

VERBICARO, Dennis; RODRIGUES, Lays; ATAÍDE, Camille. Desvendando a vulnerabilidade comportamental do consumidor: uma análise jurídico-psicológica do assédio de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, 2020.

VERONESE, Josiane Rose Petry; DA SILVA, Rosane Leal. O acesso à cultura, informação e entretenimento e as medidas de prevenção previstas no estatuto da criança e do adolescente. **Seqüência**: Estudos Jurídicos e Políticos, p. 299-326, 2009.

VERONESE, Josiane Rose Petry; DA SILVA, Rosane Leal. O tratamento jurídico conferido aos jogos eletrônicos no Brasil: a necessidade de conciliar entretenimento

com a proteção dos demais direitos fundamentais de crianças e adolescentes. **Revista Jurídica da Presidência**, v. 13, n. 99, p. 89-110, 2011.

VON MEDUNA, Marc et al. Loot boxes are gambling-like elements in video games with harmful potential: Results from a large-scale population survey. **Technology in Society**, v. 63, p. 101395, 2020.

WONG, Anthony Wen-Tsun. Analysis of global regulatory schemes on chance-based microtransactions. **Asper Rev. Int'l Bus. & Trade L.**, v. 19, p. 111, 2019.

WOOD, Richard TA et al. The structural characteristics of video games: A psycho-structural analysis. **CyberPsychology & behavior**, v. 7, n. 1, p. 1-10, 2004.

ZAGAL, José Pablo. Ethically Notable Videogames: Moral Dilemmas and Gameplay. In: **DiGRA conference**. 2009.

ZAMBON, Pedro Santoro; DE CARVALHO, Juliano Maurício. Origem e evolução das políticas culturais para jogos digitais no Brasil. **Políticas Culturais em Revista**, v. 10, n. 1, p. 237-260, 2017.

ZAMPIER, Bruno. **Bens digitais**: Cybercultura; Redes Sociais; E-mails; Músicas; Livros; Milhas; Aéreas; Moedas Virtuais. 2 ed. Indaiatuba: Editora Foco, 2021.

ZANESCU, Andrei; FRENCH, Martin; LAJEUNESSE, Marc. Betting on DOTA 2's Battle Pass: Gamblification and productivity in play. **New Media & Society**, v. 23, n. 10, p. 2882-2901, 2021.

ZENDLE, David et al. Paying for loot boxes is linked to problem gambling, regardless of specific features like cash-out and pay-to-win. **Computers in Human Behavior**, v. 102, p. 181-191, 2020.