

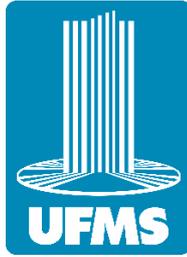
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS PANTANAL
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

EDUARDO RODRIGUES COLOMBO

**A RELAÇÃO ENTRE JOGOS GACHA E JOGOS DE AZAR SOB O OLHAR DO
DIREITO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO E DA LEI N° 14.852/2024**

Corumbá, MS

2024



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS PANTANAL
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

EDUARDO RODRIGUES COLOMBO

**A RELAÇÃO ENTRE JOGOS GACHA E JOGOS DE AZAR SOB O OLHAR DO
DIREITO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO E DA LEI N° 14.852/2024**

Trabalho de Conclusão, na modalidade Artigo Científico, apresentado ao Curso de Direito do Campus do Pantanal, da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Direito, sob orientação do Professor Doutor Ricardo Matos de Souza.

Corumbá, MS

2024

RESUMO

O presente trabalho possui como principal objeto a abusividade do modelo de monetização *gacha* utilizada em jogos eletrônicos diante da sua aplicação de elementos provenientes de jogos de azar, examinado conforme o direito do consumidor brasileiro. Para tanto, foram analisados mecanismo de recompensas aleatórias utilizados em jogos de azar e como eles se manifestam em jogos que seguem o modelo de monetização *gacha*, os posicionamentos internacionais quanto à referida relação, e examinada a aplicação do direito do consumidor brasileiro em jogos que adotam este modelo. Utilizando-se do método dedutivo para a realização de pesquisa em âmbito jurídico, revisão bibliográfica e análise de legislações estrangeiras, o seguinte texto busca conceituar o modelo de monetização *gacha*, explicitar os elementos de jogos de azar utilizados em jogos que seguem este modelo e explicar as práticas abusivas destes jogos quando examinados sob a ótica do direito do consumidor brasileiro.

Palavras-chave: jogos eletrônicos; direito do consumidor brasileiro; *gacha*; jogos de azar; microtransações; práticas abusivas.

ABSTRACT

The following work's object is the abusiveness of the *gacha* monetization model utilized in electronic games before its application of elements from gambling, according to brazilian consumer law. To that end, mechanisms of random rewards utilized in gambling and how they manifest in games that follow the *gacha* model were analyzed, as well as international positions surrounding the topic and the application of brazilian consumer law in games that follow this model. Using the deductive method to carry out research in the legal field, bibliographic reviews and analysis of foreign legislation, the following text aims to define the *gacha* monetization model, make explicit the gambling elements used in games that follow that model and explain the abusiveness of those games when examined through the lenses of Brazilian consumer law.

Keywords: digital games; brazilian consumer law; *gacha*; gambling; microtransactions; abusive practices.

INTRODUÇÃO

O mercado de jogos eletrônicos tem se tornado cada vez mais relevante nos últimos anos, tendo ele crescido de maneira exponencial, sendo o atual maior mercado de entretenimento no cenário internacional, superando setores como cinema e música. Conforme o site Newzoo, principal site de análise financeira de jogos eletrônicos, o mercado de jogos eletrônicos arrecadou o valor de US\$183,9 bilhões, apenas no ano de 2023. O Brasil é figura importante neste mercado, sendo o maior consumidor de jogos eletrônicos da América Latina.

Neste contexto, o modelo de monetização *gacha* vem se tornando cada vez mais popular entre desenvolvedores de jogos eletrônicos, principalmente em jogos *mobile*, sendo avaliado no montante de, aproximadamente, US\$0,45 bilhão em 2023 (BUSINESS RESEARCH INSIGHTS, 2024). Este modelo consiste na utilização de moedas virtuais para a obtenção de itens virtuais de maneira aleatória, utilizando-se de mecanismos semelhantes àqueles utilizados por jogos de azar.

Jogos eletrônicos são um tópico recente no cenário normativo brasileiro, havendo uma quantidade exígua de pesquisas sobre o tema. Dentro deste tópico, pesquisas sobre jogos *gacha* são ainda mais escassas, havendo uma lacuna no direito brasileiro quanto à sua regulamentação, considerando que elementos de jogos de azar constituem parte essencial deste tipo de jogo, bem como levando em conta a vulnerabilidade do consumidor.

Portanto, se vê necessário o estudo aprofundado deste tema, a fim de clarificar a relação entre jogos *gacha* e jogos de azar, as práticas predatórias que podem levar ao prejuízo do consumidor e a lacuna no ordenamento jurídico brasileiro quanto à regulamentação deste tipo de jogo.

Assim, o presente artigo tem como objetivo compreender o modelo de monetização *gacha* utilizado em jogos eletrônicos, demonstrar a abusividade proveniente do uso de elementos oriundos de jogos de azar e apontar a falta de regulamentação deste tipo de jogo no ordenamento jurídico brasileiro. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica e legislativa, incluindo a análise de legislações estrangeiras, com o fim de identificar características do modelo de monetização *gacha*, bem como esclarecer a relação entre jogos *gacha* e jogos de azar, e analisar a abusividade deste modelo de monetização sob a ótica do direito do consumidor brasileiro, levando em consideração as mudanças trazidas pelo marco legal da indústria dos jogos eletrônicos. Para alcançar tais metas, foram examinadas diversas fontes bibliográficas, incluindo artigos científicos, dissertações e doutrinas pertinentes ao campo do direito do consumidor, bem como analisadas legislações alienígenas.

O artigo será dividido em três tópicos, com o propósito de elucidar o leitor acerca do tema. Inicialmente, será feito uma breve análise do direito ao lazer e entretenimento ao longo da história, sua relação com o direito à cultura, bem como sua importância para a sociedade brasileira.

No segundo tópico do artigo, será feito um breve resumo de como se desenvolveu a monetização de jogos eletrônicos ao longo do tempo, culminando no surgimento do modelo que serve como objeto de pesquisa do presente artigo, o modelo de monetização *gacha*. Também serão analisadas as características que compõem o referido modelo, assim estabelecendo uma base contextual para possibilitar uma comparação entre ele e os jogos de azar.

Por fim, será feita uma análise das características dos jogos de azar e uma comparação entre eles e o modelo de monetização *gacha*, assim como serão analisadas posições internacionais sobre o tópico, e abordadas as relações de consumo entre jogador e desenvolvedor de jogos *gacha*, com um enfoque na vulnerabilidade do consumidor diante dos mecanismos utilizados em jogos *gacha* e das mudanças trazidas pelo Marco Legal da Indústria dos Jogos Eletrônicos.

Desta maneira, o presente trabalho busca analisar as características fundamentais de jogos que seguem o modelo de monetização *gacha* e compará-los a práticas análogas como jogos de azar, examinando sua situação jurídica na legislação brasileira e internacional, e destacando os desafios decorrentes da ausência de legislação específica regulamentando esse modelo de monetização no ordenamento jurídico brasileiro, assim estimulando o debate sobre a necessidade de criação de normas regulatórias acerca deste tipo de jogo.

1 DO DIREITO AO LAZER AO LONGO DA HISTÓRIA

O lazer possui raízes profundas na história da humanidade. Enquanto a concepção moderna de lazer surgiu com o advento da revolução industrial, a presença de práticas atualmente consideradas como lazer podem ser observadas desde as primeiras civilizações. A política do “Pão e Circo”, por exemplo, utilizada na Roma Antiga, empregava gladiadores em seus anfiteatros, com o fim de proporcionar entretenimento a população e reforçar a autoridade do estado. A busca ao prazer também foi tema frequente nas obras clássicas gregas, remontando à importância do lazer como aspecto fundamental da sociedade.

No Brasil, o lazer é um direito social que tem se tornado cada vez mais relevante para

a sociedade brasileira. Tavares (2021, p. 837) define direitos sociais como “aqueles que exigem do poder público uma atuação positiva, uma forma atuante de Estado na implementação da igualdade social dos hipossuficientes.”

Neste âmbito, o direito ao lazer pode ser definido como o direito do indivíduo de aproveitar o seu tempo de descanso da maneira que lhe couber. No ordenamento jurídico brasileiro, o direito ao lazer é garantido pelo artigo 6º da Constituição Federal de 1988:

Art. 6º. São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, **o lazer**, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. (BRASIL, 1988)

É importante notar, que a Constituição Federal de 1988 é a primeira Constituição brasileira a dispor sobre o lazer como um direito, sendo uma mudança normativa relativamente recente no direito brasileiro. Apesar de não ser alvo de muito aprofundamento, a Constituição Federal de 1988, em várias ocasiões dispõe sobre o direito ao lazer, em especial, o seu artigo 227, que determina ser dever do Estado, junto à família e à sociedade, assegurar o lazer à criança, ao adolescente e ao jovem:

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, **ao lazer**, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. (BRASIL, 1988)

O direito ao lazer também está presente no artigo 24 da Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, que dispõe que: “Todo homem tem direito a repouso e lazer, inclusive à limitação razoável das horas de trabalho e a férias remuneradas.” Quanto à sua origem histórica, segundo Trigo (2003, p. 26, *apud* FEIGELSON, 2013, p. 16):

Sempre houve, ao longo da história, atividades divertidas e programadas como brincadeiras de rua, jogos, festas, circos, teatros, shows, feiras, campeonatos, romarias, procissões e quermesses. No século passado surgiu o cinema, o rádio, a televisão (hoje com DVDs, cabo e videogames) e finalmente os computadores, grandes responsáveis pela transformação do entretenimento em tecnologia de ponta e destinado à massa. Havia também, acadêmica e empresarialmente, os conceitos de lazer, de ócio, de descanso, de férias, etc., porém o conceito de entretenimento surgiu de forma mais específica ao longo dos séculos XIX e XX, fruto da estruturação do capitalismo em sua fase pós-industrial. Michael Wolf explicita que, nos Estados Unidos, o setor de entretenimento cresceu mais do que a indústria automobilística, siderúrgica ou o setor financeiro.

Ainda nesta concepção, Silva (2001) inclui o repouso como critério essencial para que sejam proporcionadas condições dignas ao trabalhador, em frente aos modelos de produção anteriores, em que o trabalhador era submetido a horas contínuas de trabalho, sem previsão de repouso semanal, férias e outras modalidades de descanso.

Como termo, a definição de lazer adota caráter subjetivo, possuindo multiplicidade de interpretações, que se dividem em duas correntes principais. A primeira define o lazer como estilo de vida, como a atitude de satisfação, de prazer, de bem-estar diante das experiências de vida de um indivíduo, enquanto a segunda o caracteriza como ócio, o tempo disponível que um indivíduo possui para utilizar como bem desejar, seja para atividades em geral, seja para fins produtivos. Essencial também a inclusão do lazer como acesso aos bens culturais que permitem o desenvolvimento e crescimento do ser humano como cidadão responsável de uma comunidade. (ROSSATO, 2016)

Para os fins deste trabalho, importante perceber que apesar do entretenimento estar presente nas sociedades desde o período clássico, o conceito moderno de lazer só veio a surgir nos últimos três séculos, momento em que o modelo capitalista, movido pelo consumo da população, permitiu o nascimento da indústria do entretenimento. Neste contexto, os jogos, como espécie do gênero entretenimento, surgem como maneira de lazer, bem como atividade cultural.

Dentro deste meio, jogos de videogame merecem uma atenção especial em relação a outros meios de entretenimento, primeiro, em razão da importância econômica desta indústria, e segundo, pelo mais comum público-alvo desta forma de entretenimento, as crianças e os adolescentes. (FEIGELSON, 2013)

2 DA MONETIZAÇÃO EM JOGOS ELETRÔNICOS AO LONGO DO TEMPO

Durante o nascimento dos jogos eletrônicos como indústria, os métodos de monetização aplicados eram bem mais diretos do que aqueles utilizados nos dias de hoje, principalmente devido aos limites da época. Num momento em que jogos eletrônicos ainda não possuíam acesso à internet e tinham armazenamento interno de poucos *megabytes*, a principal maneira que desenvolvedores de jogos obtiveram lucro foi através da simples venda de jogos como produtos completos, capazes de serem consumidos por qualquer indivíduo que possuísse o aparelho adequado por quanto tempo eles desejassem, sem a necessidade de transações adicionais:

Originalmente, os jogos eram gratuitos. [...] Em poucos anos, esses jogos estavam sendo vendidos em disquetes embalados em sacos plásticos em pequenas lojas de softwares especializadas e, em seguida, em cartuchos em lojas de varejo. A maior parte desse software foi vendida primeiro em lojas de computadores especializadas que vendiam hardware e software, e então, poucos anos depois, em lojas de varejo mais tradicionais, como a Sears e a Babbage's. A transação foi direta; você pagava com seu dinheiro e fazia suas apostas. Este modelo continua forte nos mercados tradicionais de jogos de varejo atualmente. (FIELDS, 2014, p. 21, 23)¹

Com os avanços da tecnologia digital, principalmente a disseminação do acesso à internet, jogos começaram a ser distribuídos em plataformas *online*, o que possibilitou a existência de jogos *online*, onde vários jogadores compartilham de um servidor para jogar ao mesmo tempo, de lugares diferentes. Da mesma maneira, a interação dos jogadores com o servidor permitiu a criação de sistemas de microtransações.

Muitas empresas orientais adotaram ideias de design de jogos ocidentais, mas, por necessidade, encontraram maneiras de distribuir o software cliente de graça, em vez de cobrar pelo jogo, vendendo para os jogadores os equipamentos e itens. Esse foco na venda de itens virtuais para jogos baseados em avatar funcionou e gerou receitas significativas extraindo pequenas quantidades em intervalos regulares (geralmente todos os dias, para jogadores ávidos) de um número muito grande de usuários. Em pouco tempo, nasceu o moderno modelo de microtransações. (FIELDS, 2014, p. 21, 23)²

Neely (2019, p. 2) define microtransação como “qualquer situação em que o jogador é capaz de pagar dinheiro real para obter itens ou vantagens dentro do jogo”³. Se utilizando das microtransações, sobrevieram os jogos *free-to-play*, jogos que podem ser jogados gratuitamente, oferecendo, porém, a opção de monetização através da compra de itens virtuais com dinheiro real. Neste contexto, surgiram diversos modelos de monetização de jogos online, dentre eles, as *loot-boxes*, os passes de batalha e o objeto de estudo deste trabalho, o modelo *gacha*.

¹ Tradução nossa, originalmente: “Originally, games were free. [...] Within a few years these games were being sold on floppy disks packaged in Ziploc baggies at small specialty software stores, then on cartridges in retail outlets. Most of this software was sold first at specialty computer stores that sold hardware and software, and then, a few years later, in more mainstream retail outlets like Sears and Babbage's. The transaction was straightforward; you paid your money and you took your chances. This model continues to hold strong in traditional retail game markets today.”

² Tradução nossa, originalmente: “Many Eastern companies adopted Western game design ideas, particularly the highly popular MMOs, but, by necessity, found ways to distribute the client software for free, instead selling the users peripheral equipment and gear. This focus on selling virtual items for avatar-based games (perfect for the MMORPG genre) worked and generated significant revenues by extracting small amounts at regular intervals (often every day, for avid players) from a very large number of users. Before long, the modern microtransaction model was born.”

³ Tradução nossa, originalmente: “When I use the term “microtransaction,” I am referring to any instance of being able to pay real money for an in-game item or perk.”

O termo *gacha* é proveniente das máquinas *gachapon*, uma espécie de máquina japonesa que dispensa brinquedos de raridade aleatória em troca de fichas compradas com dinheiro real. Essas máquinas se tornaram extremamente populares com colecionadores do continente asiático. (KOEDER, 2017)

Utilizando as máquinas *gachapon* como inspiração, jogos *free-to-play* introduziram sistemas semelhantes às referidas máquinas, permitindo que os jogadores gastem dinheiro real em troca de moedas virtuais que podem ser utilizadas em um sorteio virtual onde existe a possibilidade de se ganhar recompensas virtuais de raridades aleatórias. Isto significa que o jogador não sabe o que ele irá receber em troca do dinheiro gasto. Em sua pesquisa, Koeder montou um perfil detalhando elementos componentes dos jogos *gacha*:

Gacha é um elemento chave do jogo, mas não é o jogo em si (1). Ele é pago utilizando-se de uma moeda virtual no interior do jogo, seja através de moeda fraca ou moeda forte (dinheiro real) (2). Ele é baseado em jogos de azar (incluindo mecânicas avançadas de chance e probabilidade) (3) usa animações para visualizar o sorteio (4) e sempre providencia uma recompensa (virtual) (5) na forma de itens virtuais, personagens, etc. que desempenham um papel no jogo (decorativo, funcional, social) (5a) que estão disponíveis em diferentes níveis de raridade/limitação (5b), são frequentemente colecionáveis (5c) e não podem ser resgatados em dinheiro real (sem transações com dinheiro real) (5d). Além disso, Gacha e suas recompensas são comumente combinados com eventos em tempo real (5e). Os itens adquiridos através do Gacha só possuem valor dentro do jogo e frequentemente são uma parte essencial do ecossistema do jogo (6). Gacha é principalmente utilizado para aumentar a monetização para o fornecedor do jogo. (7)⁴ (KOEDER, 2017, p. 5)

Analisando as características apresentadas por Koeder, é possível apurar os componentes essenciais do modelo de monetização *gacha*. Importante notar que *gacha* se refere ao modelo de monetização e não ao jogo em si. Em outras palavras, a mecânica de sorteio características de jogos *gacha* não está atrelada à jogabilidade primária de um jogo. Isto significa que as mecânicas *gacha* são elementos secundários de jogos *gacha*. Esta é uma observação importante, pois estabelece que apesar dos mecanismos de recompensa aleatória, nada impede que um jogo *gacha* seja um jogo de habilidade.

Jogos de habilidade, conforme a Portaria SPA/MF nº 1.207, de 29 de julho de 2024,

⁴ Tradução nossa, originalmente: “Gacha is a key game element but it is not the game itself (1). It is paid for using an in-game virtual currency either by soft or hard currency (real money) (2). It is game of chance based (including advanced chance mechanics and probabilities) (3) uses animation to visualize the lucky draw (4) and always provides a (virtual) reward (5) in form of virtual items, characters, etc. which play a role in the game (decorative, functional, social) (5a) which are available in different levels of rarity/limitedness (5b), are often collectable (5c) and cannot be redeemed for real money (no real money trading) (5d). Furthermore, Gacha and the rewards are often combined with real time events (5e). The items acquired through Gacha are only valuable within the game and often are an essential part of the game ecosystem (6). Gacha is mostly used to increase monetization for the game provider (7).”

em contraste com jogos de azar, são jogos cujo resultado depende principalmente das capacidades motoras ou mentais dos participantes.

Sobre este tópico, também é importante apontar uma diferença pertinente entre máquinas *gachapon* e jogos *gacha*: máquinas *gachapon* possuem um número limitado de prêmios em seu interior. Em teoria, caso um indivíduo deseje um determinado prêmio de uma máquina *gachapon*, ele poderá ter certeza que, caso gaste uma determinada quantidade de dinheiro, em algum momento, ele receberá o prêmio desejado.

Por outro lado, jogos eletrônicos que seguem o modelo *gacha* não possuem um limite de prêmios em seu interior, uma vez que os prêmios oferecidos são virtuais e, portanto, teoricamente infinitos. Isso significa que a probabilidade de um jogador conseguir um prêmio específico dentro de um jogo *gacha* não aumenta conforme o dinheiro nele investido, relegando o resultado desejado puramente à chance, a exemplo de máquinas caça-níqueis, modalidade de jogo de azar.

3 DA RELAÇÃO ENTRE JOGOS GACHA E JOGOS DE AZAR E A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Na legislação brasileira, o Decreto-Lei nº 3.688/41 (Lei das Contravenções Penais), em seu artigo 50, parágrafo 3º, versa sobre os jogos de azar, apresentando hipóteses que se enquadram no termo em suas alíneas a, b e c, que dispõem:

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

[...]

§ 3º Consideram-se, jogos de azar:

- a) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;
- b) as apostas sobre corrida de cavalos fora de hipódromo ou de local onde sejam autorizadas;
- c) as apostas sobre qualquer outra competição esportiva. (BRASIL, 1941)

Para este trabalho, pertinente a alínea a da referida norma, que determina que são jogos de azar aqueles cujo resultado depende, exclusiva ou principalmente, da sorte, não levando em consideração a habilidade dos jogadores.

Como apresentado por Koeder, o *gacha* é um sistema baseado unicamente em chance, sendo clara a relação entre *gacha* e jogos de azar, uma vez que aquele foi diretamente inspirado neste. Entretanto, jogos *gacha*, ao utilizar um jogo de habilidade como base e implementar mecanismos de recompensas aleatórias como forma de se obter vantagens no jogo, distorcem a

linha entre jogo de habilidade e jogo de azar.

Como apontado acima, *gacha* é um modelo de monetização de jogos free-to-play. Em outras palavras, um jogador não precisa pagar para jogar um jogo *gacha*, uma vez que o sorteio utilizado como principal forma de monetização não integra a gameplay central do jogo, sendo completamente possível jogar um jogo *gacha* sem gastar dinheiro real. Entretanto, o uso de dinheiro real é constantemente incentivado para aumentar as chances de o jogador conseguir itens virtuais de raridade alta ou disponíveis por tempo limitado. Este sistema de monetização contrasta com os jogos de azar, uma vez que estes requerem o uso de dinheiro real em troca de uma chance de se obter um retorno monetário maior do que o investido.

O assunto tem uma natureza jurídica complexa, dando origem a estudos sobre o tema no plano internacional, interessados em determinar a natureza de jogos *gacha* como jogo de habilidade ou jogo de azar. Diante de sua relevância social, parlamentares ao redor do globo têm expressado suas posições quanto ao assunto. A fim de exemplificar a ambiguidade da posição jurídica do assunto, foram reunidas perspectivas adotadas nos sistemas jurídicos de diferentes países.

O Japão é o país de origem do modelo de monetização *gacha*, sendo o criador das máquinas *gachapon* e o primeiro país a implementar o modelo em jogos eletrônicos. Mecanismos virtuais *gacha* são o principal método de monetização em jogos *mobile* no país. Todavia, a introdução antecipada deste modelo de monetização no Japão, quando comparado ao resto do mundo, tornou este modelo de monetização alvo de escrutínio. O Código Penal japonês⁵ dita que todas as modalidades de jogos de azar são proibidas, sendo considerados crimes. Contudo, não existem leis regulamentando jogos *gacha*.

No Japão, jogos *gacha* não são considerados jogos de azar, porque um dos elementos necessários para a classificação como jogo de azar é a possibilidade de obtenção de um objeto de valor, que na legislação japonesa, um objeto que pode ser resgatado em moeda. Desta maneira, jogos *gacha* são regulamentados por normas de direito consumerista, especificamente, o Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations (Act No. 134 of May 15, 1962 - “Premiums and Representations Act”)⁶.

Todavia, apesar de não existirem leis regulamentando jogos *gacha*, existe uma comissão formada por empresas desenvolvedoras de jogos sociais chamada JASCA (Japanese Social Game Association), que adota medidas autorregulatórias quanto aos modelos de monetização de jogos sociais. (SCHWIDDESEN, 2018)

⁵ Disponível em: “<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/hourei/data/PC.pdf>”

⁶ Disponível em: “<https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/2888>”

Em comparação, a Bélgica estabeleceu o maior número de medidas restritivas quanto ao modelo de monetização de recompensas aleatórias, citando como principal exemplo as *loot boxes*. O principal argumento para a imposição de restrições em jogos que utilizam este modelo de monetização é o público-alvo deste tipo de jogo, dando grande ênfase para os possíveis efeitos que a combinação de jogos eletrônicos e jogos de azar podem causar na saúde mental de crianças e adolescentes, perante o risco do desenvolvimento de vícios nesta parcela vulnerável da população. Assim, a Belgium Gaming Commission determinou que *loot boxes* constituem jogos de azar, uma vez que os jogos possuem elementos que envolvem apostas que podem levar a resultados favoráveis ou desfavoráveis, declarando-as ilegais em 2018. (GERKEN, 2018)

Por sua vez, a China toma uma posição mais moderada. Jogos de azar são considerados ilegais no país. Contudo, mecanismos de recompensa aleatória em jogos eletrônicos como *gacha* e *loot boxes* são regulados, desde 2017, pelo SAPPFRT (State Administration of Publication, Press, Radio, Film and Television) e pelo Ministério da Cultura. Enquanto mecanismos de recompensa aleatória não são proibidos, eles são fortemente regulamentados, devendo cumprir determinados requisitos para que estes jogos sejam publicados dentro do país. Dentre as medidas adotadas, temos como exemplos a determinação de que *loot boxes* não podem ser adquiridas por dinheiro real ou moeda virtual; todos os itens que podem ser adquiridos através de *loot boxes* devem poder ser obtidos de outras formas pelo jogador dentro do jogo, independente de sua raridade; e a transparência para com o jogador a respeito dos dados do jogo e de suas chances de conseguir itens inseridos dentro de mecanismos de recompensa aleatória. (TANG, 2018)

Tomando em perspectiva as medidas adotadas por essas nações, verifica-se uma complexidade clara quanto à classificação de jogos *gacha* como jogos de azar, comprovada pela multiplicidade de entendimentos ao redor do globo.

O Brasil, em especial, possui escassa legislação quanto à regulamentação de jogos eletrônicos, sendo um desenvolvimento extremamente recente no ordenamento jurídico brasileiro. Tal desenvolvimento não é surpreendente, uma vez que a evolução constante de novas tecnologias cria desafios para a criação de legislação sobre esta área de maneira célere, sendo necessário um esforço constante dos legisladores para acompanhar as constantes mudanças tecnológicas.

Apesar da escassa legislação, torna-se relevante observar que, recentemente, foi inserida no contexto legislativo nacional, a Lei nº 14.852/2024, que criou o marco legal para a indústria de jogos eletrônicos, sendo ela a primeira lei brasileira a dispor sobre sua

regulamentação. Como indicado pelo artigo 2º desta lei, o seu propósito é a regulamentação da fabricação, importação, comercialização, desenvolvimento e uso comercial de jogos eletrônicos. *In verbis*: “Art. 2º. A fabricação, a importação, a comercialização, o desenvolvimento e o uso comercial de jogos eletrônicos são regulados por esta Lei.”

No que tange o tópico do presente trabalho, importante apontar que o marco legal para a indústria de jogos eletrônicos trouxe definições rígidas do que é considerado jogo eletrônico em seu artigo 5º, incisos I, II e III, bem como delimitou as hipóteses em que não será possível se beneficiar das vantagens estabelecidas nesta lei no parágrafo único do mesmo artigo:

Art. 5º. Para os efeitos desta Lei, considera-se jogo eletrônico:

I – a obra audiovisual interativa desenvolvida como programa de computador, conforme definido na Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998, em que as imagens são alteradas em tempo real a partir de ações e interações do jogador com a interface;

II – o dispositivo central e acessórios, para uso privado ou comercial, especialmente dedicados a executar jogos eletrônicos;

III – o software para uso como aplicativo de celular e/ou página de internet, jogos de console de videogames e jogos em realidade virtual, realidade aumentada, realidade mista e realidade estendida, consumidos por download ou por streaming.

Parágrafo único. As promoções comerciais ou as modalidades lotéricas regulamentadas pelas Leis nºs 13.756, de 12 de dezembro de 2018, e 14.790, de 29 de dezembro de 2023, ou qualquer tipo de jogo que ofereça algum tipo de aposta, com prêmios em ativos reais ou virtuais, ou que envolva resultado aleatório ou de prognóstico, não são considerados jogo eletrônico, vedado às empresas e aos profissionais envolvidos na produção ou na distribuição dessas atividades beneficiar-se de alguma vantagem definida nesta Lei. (BRASIL, 2024)

Em que pese a norma traga uma série de hipóteses de aplicabilidade para fins de regulamentação, observa-se que algumas espécies de jogos foram excluídas pelo legislador, o que só reforça o surgimento de lacunas em termos de regulamentação desses jogos.

Assim, considerando que os jogos *gacha* são jogos eletrônicos que adotam o modelo de monetização *gacha*, modelo este baseado na utilização de mecanismos de recompensa aleatória como elemento do jogo para fins lucrativos. Examinando as características essenciais de jogos *gacha* e as hipóteses apresentadas no parágrafo único do artigo 5º da Lei nº 14.852/2024, verifica-se que jogos *gacha* não são considerados jogos eletrônicos para os fins da referida lei, uma vez que a obtenção de prêmios virtuais de maneira aleatória é característica essencial deste tipo de jogo.

Contudo, jogos *gacha* se encontram em uma situação peculiar no ordenamento jurídico brasileiro. Loterias, promoções comerciais e apostas de quota fixa, em razão de suas semelhanças com jogos de azar, não são consideradas jogos eletrônicos, sendo regulamentadas

pelas Leis nº 13.756/2018 e 14.790/2023. Em contraste, jogos *gacha* também não são considerados jogos eletrônicos, porém, eles não possuem uma lei específica que os regule.

Assim, no cenário nacional, em frente à esta lacuna legislativa, dado que jogos *gacha*, juridicamente, não são considerados jogos de azar, se vê necessária a aplicação de leis gerais para sua regulamentação, dentre eles o Código de Defesa do Consumidor, o Estatuto da Criança e do Adolescente, o Marco Civil da Internet e o Decreto Federal nº 8.771/2016. Dado o objeto deste trabalho, será analisado principalmente a aplicação do Código de Defesa do Consumidor.

A aplicação do Código de Defesa do Consumidor depende da existência de uma relação de consumo, caracterizada pela transação de um produto ou serviço de um fornecedor para um consumidor. As definições jurídicas de consumidor, fornecedor e produto se encontram, respectivamente, nos artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 2º. Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

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.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. (BRASIL, 1990)

Utilizando-se das definições presentes no Código de Defesa do Consumidor, enquadram-se nas posições de consumidor e fornecedor, o jogador e o desenvolvedor de jogos eletrônicos. Explico.

Consumidor é aquele que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Nota-se que o Código de Defesa do Consumidor não apresenta em seu texto qualquer definição de destinatário final, sendo necessário recorrer à doutrina para encontrarmos o conceito do referido termo. Sobre o assunto, ele se divide em duas teorias divergentes, a finalista e a maximalista. Marques explica, respectivamente, as teorias finalista e maximalista da seguinte forma:

Destinatário final seria aquele destinatário fático e econômico do bem ou do serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo essa interpretação teleológica, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, leva-lo para escritório ou residência – é necessário ser destinatário econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso

profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção, cujo preço seria incluído no preço final do profissional para adquiri-lo. [...] Essa interpretação restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não profissional, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável. (MARQUES, 2021, p. 161)

[...]

Já os maximalistas viam nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor não profissional. O CDC seria um código geral sobre o consumo, um código para a sociedade de consumo, que institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis de fornecedores, ora de consumidores. A definição do art. 2º deve ser interpretada o mais extensivamente possível, segundo esta corrente, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior nas relações de consumo. (MARQUES, 2021, p. 164)

Observando as duas possíveis definições de destinatário final e levando em conta a presença de ambas as teorias na jurisprudência nacional, verifica-se que independente da definição utilizada, o jogador se enquadra como destinatário final, uma vez que o jogador é aquele que joga, não retornando o produto ou serviço para a cadeia de consumo, nem utilizando-o para a obtenção de lucro. Em contrapartida, utilizando-se da definição presente no Código de Defesa do Consumidor, o desenvolvedor de jogos eletrônicos, ao criar, distribuir e comercializar jogos eletrônicos, claramente ocupa a posição de fornecedor.

Estabelece-se assim uma relação de consumo entre jogador x fornecedor de jogos eletrônicos, enquanto os jogos *gacha* valem como objeto desta relação de consumo. Neste contexto, é importante destacar a vulnerabilidade do consumidor, princípio presente no artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor:

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)

Segundo Tartuce e Neves (2021), é clara a intenção do legislador de reconhecer a condição de vulnerabilidade do consumidor na relação jurídica de consumo. Tal posição é inevitável, diante das transformações ocorridas nas relações jurídicas e comerciais nas últimas décadas. Além disso, destaca-se que o consumidor está constantemente exposto a meios de oferta e informação, não possuindo pleno conhecimento sobre todos os produtos e serviços disponíveis no mercado. A vulnerabilidade do consumidor então é agravada pela publicidade e pelos meios de comunicação, que utilizam estratégias sedutoras para atrair o consumidor,

colocando-o em uma posição de desvantagem em relação ao fornecedor.

Verifica-se que a vulnerabilidade do consumidor parte do desconhecimento dos meios de produção, uma vez que a informação acessível ao consumidor, em sua grande maioria, é proveniente dos meios de comunicação, só tendo ele acesso àquilo que lhe é ofertado. Esta vulnerabilidade é ainda mais acentuada no meio eletrônico, principal meio de comercialização dos jogos *gacha*, como exposto por Canto:

Todas essas questões envolvendo a internet como novo instrumento contratual e como transformadora das experiências de consumo, acabam por transmutar a vulnerabilidade inerente a esses negócios jurídicos, suscitando dúvidas acerca da efetividade da proteção do consumidor. Dúvidas que emergiram de um contexto em que a contratação se dá em um ambiente desmaterializado e ubíquo, com um fornecedor sem face e capaz de obter informações sobre o contratante, simplesmente acompanhando a movimentação do usuário na web. [...] A virtualização das relações de consumo potencializa a vulnerabilidade do consumidor e gera a desconfiança deste nos negócios jurídicos eletrônicos, principalmente levando-se em consideração a complexidade e a massificação desses contratos na sociedade de consumo pós-moderna. (CANTO, 2014, p.22-23)

Caracterizada a relação de consumo jogador x desenvolvedor de jogos, aplicáveis as normas de direito do consumidor. Em frente à desigualdade entre consumidor e fornecedor, intensificada pelo comércio virtual, importante ressaltar a importância do princípio da transparência, que garante ao consumidor o direito à toda informação disponível sobre o produto ou serviço que compra ou contrata. Este direito se encontra presente nos artigos 4º, *caput*, e 6º, inciso III, ambos do Código de Defesa do Consumidor:

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:

[...]

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (BRASIL, 1990)

O princípio da transparência é de extrema importância para o direito do consumidor, uma vez que em razão da vulnerabilidade e limitado acesso à informação do consumidor, é essencial que o fornecedor, dispondo de sua boa-fé, exponha de maneira clara, correta e compreensiva todas as informações e riscos envolvidos com seus produtos e serviços, de maneira a permitir uma relação mais sincera entre consumidor e fornecedor (TARTUCE, 2021).

A pertinência do referido princípio é ainda mais acentuada quando se falando de jogos *gacha*, devido à natureza aleatória de suas recompensas. Deve ser dado acesso ao jogador a todas as possíveis informações relevantes para que possa tomar uma decisão informada e acertada toda vez que pretender utilizar da mecânica, sejam elas a natureza dos prêmios disponíveis, a raridade de cada tipo de prêmio, a probabilidade de se ganhar um prêmio de determinada raridade, etc. A ausência destas informações caracteriza prática abusiva, com o expreso fim de prejudicar o consumidor, prática comum na indústria de jogos *gacha*.

Diante da recente popularidade deste modelo de monetização e do seu provável crescimento nos próximos anos, e levando em consideração os riscos inerentes à monetização utilizada em jogos *gacha*, por sua facilidade de se aproveitar da inerente vulnerabilidade do consumidor através de sua semelhança com jogos de azar, percebe-se a existência de uma lacuna legislativa que regulamente este tipo de jogo, assim colocando em risco os jogadores brasileiros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como observado no decorrer deste artigo, o lazer surge entretenimento nas diferentes sociedades e vai ganhando escopo legislativo a medida em que os países passam a considera-lo como um direito fundamental. Dentro ainda desse contexto, os jogos de azar e, posteriormente, os jogos eletrônicos foram ganhando espaço no cenário do lazer.

Os jogos eletrônicos hoje desempenham um importante papel como motor econômico e cultural, sendo o mercado com o maior crescimento na atualidade, se utilizando de diversas táticas de monetização para alcançar esta posição. Contudo, muitas dessas táticas buscam se aproveitar do consumidor para maior obtenção de lucro, fato que permitiu exponencial crescimento econômico da indústria, dentre eles o modelo *gacha*, que teve como inspiração os jogos de azar.

Diante dessas evidências, revela-se cada vez mais presente a necessidade de que tanto o legislativo, bem como o executivo e judiciário estejam atentos às nuances destes jogos, evitando que o mercado se regule por conta própria ou abra espaço para oportunistas e para a própria questão da ilegalidade.

Conforme demonstrado, inegável a semelhança entre jogos *gacha* e jogos de azar, principalmente levando em consideração os mecanismos de recompensa aleatória que constituem parte integral de ambos. Desta maneira, a adoção deste método de monetização por desenvolvedores de jogos resulta em um ambiente de risco, propenso a ferir os direitos de seus

consumidores, expondo-os a perigos de gastos desenfreados em razão da falta de transparência desses sistemas. Ademais, considerando a existência desses sistemas em meio digital, bem como a facilidade de acesso para crianças e adolescentes, exacerbado o perigo que o modelo *gacha* propaga.

Contudo, verifica-se a existência de uma lacuna legislativa que regulamente este tipo de jogo, disseminando a ameaça aos direitos do jogador de jogos *gacha*. Apesar da Lei nº 14.852/2024 ser um importante passo para a regulamentação de jogos eletrônicos, excluem-se da sua abrangência os jogos *gacha*, que, perante a ausência de lei específica, se veem norteados pelo Código de Defesa do Consumidor, que não dispõe das ferramentas necessárias para a adequada regulamentação deste tipo de jogo eletrônico.

Assim, tendo em vista a complexidade do tema, uma vez que não existe um entendimento pacificado quanto a classificação do *gacha* como jogos de azar, observa-se relevante a discussão sobre o assunto com o fim de encontrar maneiras de regulamentar estes jogos e estabelecer uma firme base legislativa, a fim de proteger os indivíduos mais expostos aos riscos deste modelo de monetização.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Diário Oficial da União, Brasília, 5 de outubro de 1988.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Diário Oficial da União, Brasília, 11 de setembro de 1990.

BRASIL. Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa; altera as Leis nºs 5.768, de 20 de dezembro de 1971, e 13.756, de 12 de dezembro de 2018, e a Medida Provisória nº 2.158-35, de 24 de agosto de 2001; revoga dispositivos do Decreto-Lei nº 204, de 27 de fevereiro de 1967; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 29 de dezembro de 2023.

BRASIL. Lei nº 14.852, de 03 de maio de 2024. Cria o marco legal para a indústria de jogos eletrônicos; e altera as Leis nºs 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 9.279, de 14 de maio de 1996. Diário Oficial da União, Brasília, 03 de maio de 2024.

BRASIL. Decreto-Lei nº. 3.688 de 03 de outubro de 1941. Lei das Contravenções Penais. Diário Oficial da União, Brasília, 13 de outubro de 1941.

BRASIL. Portaria SPA/MF nº 1.207, de 29 de julho de 2024. Estabelece os requisitos técnicos dos jogos on-line e dos estúdios de jogos ao vivo a serem observados por agentes operadores de loteria de apostas de quota fixa, de que tratam o art. 29 da Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018, e a Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023, e altera a Portaria SPA/MF nº 615, de 16 de abril de 2024. Diário Oficial da União, Brasília, 29 de julho de 2024.

BUSINESS RESEARCH INSIGHTS. **Tamanho do mercado de jogos Gacha, participação, crescimento e análise da indústria, por tipo (jogos de cartas, jogos de RPG e outros), por aplicativo (Android e iOS), insights regionais e previsão para 2032.** 2024.

CANTO, Rodrigo Eidelwein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico: a reconstrução da confiança na atualização do código de defesa do consumidor.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

FEIGELSON, Bruno. **O direito ao entretenimento na função social da cidade.** 135 f. Dissertação (Mestrado em Direito Civil Constitucional; Direito da Cidade; Direito Internacional e Integração Econômica) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

FIELDS, Tim. **Mobile & Social Game Design: Monetization Methods and Mechanics.** CRC Press, 2014.

GERKEN, Tom. **Video game loot boxes declared illegal under Belgium gambling laws.** BBC, 2018.

KOEDER, M. J.; TANAKA, E. (2017): **Game of chance elements in free to-play mobile games. A freemium business model monetization tool in need of self-regulation?** In: 28th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Competition and Regulation in the Information Age", Passau, Germany, 30th July - 2nd

August, 2017, International Telecommunications Society (ITS), Calgary.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe Bessa. **Manual De Direito Do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Thonson Reuters Brasil, 2021.

NEELY, Erica. **Come for the game, stay for the cash grab: The ethics of loot boxes, microtransactions, and freemium games**. 2021.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948.

ROSSATO, Renato; BORGES, Bruna A.; ARIZIO, Silvia H. **A Atuação do Estado Acerca dos Direitos Fundamentais Sociais, da Dignidade Humana e da Efetivação do Direito ao Lazer**. *Duc In Altum - Cadernos de Direito, [S. l.]*, v. 8, n. 15, 2016.

SCHWIDDESSEN, Sebastian. **Loot Boxes in Japan: Legal Analysis and Kompu Gacha Explained**. 2018.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 25. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2005.

TANG, Tracey. **A Middle-Ground Approach: How China Regulates Loot Boxes and Gambling Features In Online Games**. 2018.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual De Direito Do Consumidor: Direito Material e Processual**. 10. ed. São Paulo: Método, 2021.

TAVARES, André Ramos. **Curso de Direito Constitucional**. 19. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2021.

WIJMAN, Tom. **Last looks: The global games market in 2023**. Newzoo, 2024.