

DIREITO, JOGOS ELETRÔNICOS E MICROTRANSAÇÕES: LIBERDADE ECONÔMICA VERSUS PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

Gabriel Henrique Ribeiro Gonçalves¹; Luís Eduardo Ribeiro Gonçalves²

RESUMO

Cuida-se de pesquisa voltada à análise da interferência do Estado nas relações privadas de compra e venda de jogos eletrônicos e afins entre o mercado consumidor destes produtos e os fornecedores de conteúdo digital disponibilizado via sistema de microtransações conhecido por *loot boxes*. Trata-se de tema de pouco destaque na produção acadêmica do direito, mas de considerável relevância e repercussão jurídica para um grupo determinado de consumidores nacionais e internacionais, a saber, os adquirentes de produtos eletrônicos de entretenimento. Por meio do método dedutivo, a pesquisa é realizada com a finalidade de contextualizar e relacionar os temas: tecnologia, jogos eletrônicos, direito e liberdade econômica, lançando-se luz ao debate entre a interferência estatal sobre as relações privadas nesse âmbito. Ao final, conclui-se que, assim como em outros segmentos empresariais, as microtransações fazem parte da discricionariedade dos fornecedores de jogos eletrônicos, uma vez que o controle de aceitação dos produtos disponibilizados será feito pelo próprio consumidor, como propõe nosso sistema econômico capitalista.

Palavras-chave: Microtransações; Jogos eletrônicos; Consumidor; Liberdade econômica; Interferência estatal.

1 INTRODUÇÃO

Durante as últimas décadas, pudemos observar uma evolução das espécies de relações pessoais no contexto internacional. Fatores como a tecnologia, a globalização e a multiplicação do conhecimento favoreceram um fenômeno inevitável à vida em sociedade: a gênese da chamada era da informação.

A disseminação da informação em tempo real pelos meios telemáticos de comunicação proporcionou ao homem contemporâneo um estilo de vida social nunca imaginado por seus predecessores. Aliado a isso, sobrevieram novas formas recreativas baseadas em plataformas eletrônicas, as quais, com o passar do tempo, conquistaram a atenção e curiosidade das mais diversas camadas socioculturais.

Os video games, como são popularmente conhecidos hoje em dia, têm sua origem na década de 1950, no período inicial da Guerra Fria, e decorreram de experimentos realizados por cientistas da computação da época. Contudo, só foram popularizados nas décadas de 1970 e 1980 com o advento das plataformas próprias que contavam com controladores em formato de manete e reprodução gráfica nas telas dos computadores pessoais (PCs) e aparelhos televisores então disponíveis (*display* de vídeo).

Como não podia deixar de ser, a criatividade empreendedora do ser humano identificou o potencial promissor no novel segmento de entretenimento. Logo surgiu a indústria dos jogos eletrônicos com o fim de explorar a atividade econômica de desenvolvimento, distribuição e venda de consoles e mídias físicas de softwares destinados especificamente para

¹ Discente do 5.º ano do curso de Direito do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. gabrielhenrique75@outlook.com.

² Discente do 4.º ano do curso de Direito do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. luis.rgoncalves@outlook.com.

o lazer deste florescente mercado consumidor.

O que se estudou diz respeito às relações jurídicas inerentes ao setor de tecnologia, especificamente o de compra e venda de jogos eletrônicos e afins. O objetivo da pesquisa foi identificar uma hipótese de autocontrole do mercado, que dispensaria uma interferência desnecessária na condução dos negócios empresariais desse ramo da indústria dos jogos eletrônicos.

2 METODOLOGIA

Tratando-se, essencialmente, de uma pesquisa teórica (embora com repercussão na esfera prática), utilizou-se o referencial teórico-metodológico dedutivo para se interpretar o tratamento conferido pelo ordenamento jurídico ao fenômeno das microtransações, de forma que foi possível extrair uma conclusão para nosso objeto de estudo que é a interferência do Estado na comercialização de produtos digitais inseridos nos jogos eletrônicos.

3 DO DIREITO E DA INDÚSTRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS

Tem-se que o direito, enquanto ciência social aplicada, ocupa-se de estudar o *status quo* para melhor suprir as lacunas normativas e sanar eventuais conflitos de interesse decorrentes da aplicação (ou não) das normas vigentes no sistema jurídico.

Não obstante, os conceitos de relações jurídicas foram substituídos por outros mais modernos, de forma a abranger novos negócios jurídicos. É o que se extrai do nosso atual diploma consumerista, o qual institui como relação de consumo aquela em que uma das partes adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final (art. 2.º, do CDC), enquanto a outra (normalmente) desenvolve atividade de produção, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (art. 3.º, do CDC). (TARTUCE, 2016, p. 29/30)

Pois bem, é evidente que a relação entre fornecedores e destinatários dos jogos eletrônicos se enquadra na hipótese de relação de consumo do Código de Defesa do Consumidor. Entretanto, como o direito está sempre a um passo atrás do ligeiro caminhar das relações humanas, há determinadas situações em que pendem discussões acerca da aplicabilidade de princípios e regras jurídicas ao mundo dos video games. É sobre um desses controversos temas que cuida o presente trabalho.

4 DAS MICROTRANSAÇÕES

Pela relação de consumo de um jogo eletrônico, em regra, entende-se aquela em que o consumidor compra por um preço único, fixado pelo fornecedor, o produto desejado. Atualmente, o jogo adquirido pelo consumidor poderá ser corpóreo ou não, de modo que, se obtido digitalmente, este terá acesso ao produto por meio do *download* direto da mídia digital em sua plataforma de jogos (seja um computador, um *smartphone* ou um console próprio para jogos). Essa é a transação principal, onde se compra o produto principal.

Além do jogo eletrônico completo, os fornecedores podem disponibilizar de forma gratuita ou paga conteúdo extra para *download* de tamanho razoavelmente grande, com o fim de complementar o teor do produto original. São os chamados DLCs ou *downloadable content* (conteúdo para baixar).

Para aqueles familiarizados com o tema, tem-se que as plataformas de jogos eletrônicos contam com um leque amplo de gêneros e modalidades, dentre os quais alguns são baseados na interação simultânea, via rede mundial de computadores, entre jogadores de quaisquer regiões do planeta, os quais podem competir ou cooperar uns com os outros para atingir um objetivo em comum dentro dos jogos.

Ocorre que, há algum tempo, os desenvolvedores, produtores e editores de jogos eletrônicos, com finalidades lucrativas, têm inserido novos produtos adquiríveis dentro dos próprios jogos, em geral nos mencionados jogos *online*. Por meio de microtransações, o fornecedor disponibiliza vantagens ou itens de interesse dos jogadores dentro do produto original. Ou seja, ele aliena onerosamente, por meio de lojas dentro dos próprios jogos, conteúdo adicional de tamanho consideravelmente pequeno ao jogador que quiser progredir com mais facilidade ou mais rapidamente.

Note-se que a relação em comento é estabelecida diretamente entre o consumidor e o produtor do jogo, sem um estabelecimento comercial intermediando a venda, como antes na compra do produto principal.

Essa prática ficou conhecida como microtransação pelo baixo preço fixado pelos produtos e pelo conteúdo disponibilizado ser, de igual forma, pequeno em comparação ao produto original. Tratamos de itens como ferramentas, armas, vidas extras, cosméticos, roupas para os personagens, moedas utilizáveis no próprio jogo, enfim, estimulantes para que o jogador permaneça conectado.

A título de exemplo, um jogo baseado em plataforma móvel/*smartphone* (*mobile*) gratuito de quebra-cabeça com limite de tempo disponibiliza ao jogador determinado número de chances (vidas) por dia. Se o jogador esgota esse número diário, ele poderá adquirir, dentro do próprio jogo, mais chances para continuar jogando.

Ressalte-se que os itens que podem ser adquiridos via microtransações podem igualmente ser obtidos apenas jogando, mas por um período mais longo que quando adquiridas essas vantagens. Por esse motivo, não podem ser classificados como DLCs, pois lá o conteúdo só pode ser obtido por meio do *download*.

5 DAS LOOT BOXES

A controvérsia surge com a ideia das *loot boxes* (caixa de pilhagens): pacotes de conteúdo sortido em que o jogador compra, por microtransações, uma chance de obter itens de alto ou baixo valor no jogo. Na ocasião, o jogador não tem conhecimento do teor da *loot box* antes de comprá-la, de modo que o próprio jogo faz o sorteio e contempla o adquirente com objetos diversos, alguns bons ou raros, outros não.

Estas são comumente comercializadas em jogos competitivos *online* ou *mobile* gratuitos, pois encontram maior público-alvo e mercado consumidor. Dessa forma, o consumidor adquire o produto principal gratuitamente e, se tiver interesse, compra as vantagens oferecidas dentro do jogo.

O que merece atenção é o fato de que, apesar de opcionais, as *loot boxes* e microtransações em geral trazem uma espécie de desequilíbrio entre os jogadores que competirão entre si nesses jogos *online*. Isso porque alguns dos jogadores se valerão das microtransações, enquanto que outros utilizarão apenas o produto original, ou seja, não contarão com os proveitos ofertados pelas compras dentro do jogo. Estes, geralmente, enfrentarão desvantagens em relação àqueles quando disputarem entre si.

Devido à amplitude do público visado pelas empresas produtoras de jogos, são alcançadas pessoas de todos os níveis econômicos. Em outros termos, a depender do público que joga, somente determinadas pessoas conseguirão obter a vantagem proporcionada pelas caixas de pilhagem, pois, em que pese o personagem seja virtual, as microtransações envolvem um investimento real do jogador (SVELCH, 2017, p. 105).

No mais, pelo caráter de sorteio dos bens virtuais adquiridos nas caixas de pilhagem, discute-se internacionalmente provável hipótese de um sistema de apostas, em razão de que o consumidor estaria investindo dinheiro em coisa incerta. Nesse cenário, o adquirente seria, em tese, iludido por uma falsa esperança de obter itens de grande valor nas caixas. Isso,

segundo muitos países, seria veementemente vedado, mormente pelo fato de que o monopólio de jogo de apostas pertenceria somente ao Estado.

6 DO CONSUMIDOR E DO AUTOCONTROLE DO MERCADO

Diante da mencionada desproporção causada por esse sistema, as microtransações não costumam ter aceitação entre a comunidade de jogadores.

Nesse sentido, o sistema deficitário de *loot boxes*, qual seja, oferecer vantagens desproporcionais apenas àqueles que têm condições de comprá-las, ao ser aplicado aos jogos populares, demonstraria uma situação patológica em que a atuação do Estado seria imprescindível. Contudo, como ficará demonstrado, dispensar-se-ia a interferência estatal neste caso em prol dos princípios constitucionais destinados às liberdades individuais (art. 1.º, inciso IV, c/c art. 3.º, inciso I, da CF/88).

Conforme exposto acima, ao se oporem a esse sistema, os jogadores causam prejuízos de ordem prática (portanto, financeiros) aos fornecedores, pois acarretam na redução de consumo dos produtos oferecidos, diminuição da frequência de conectividade dos jogadores, migração destes *players* à franquia concorrente, entre outros.

Em vistas a isso, as produtoras tendem a naturalmente evitar o uso dessas práticas dentro de seus jogos, pois, se assim não o fizerem, correrão os riscos da redução da demanda.

Significa dizer que as próprias empresas se policiam quanto à utilização dos métodos de venda. Inicialmente, não há a necessidade de uma interferência legal sobre essas relações jurídicas, visto que a própria indústria se regula com a finalidade de se manter no mercado.

De outro lado, o argumento de configurar ato de aposta é atualmente debatido em sede internacional (registre-se que, do ponto de vista da ordem jurídica brasileira, essa prática, em princípio, não encontra qualquer óbice).

Em novembro de 2017, o representante do estado do Havaí (EUA), Chris Lee (2017, tradução nossa), referindo-se à prática de venda das *loot boxes* em determinado jogo, comentou que se tratava de um “cassino *online*, desenvolvido para levar crianças a gastar dinheiro. É uma armadilha”.

Não somente nos Estados Unidos; a temática repercutiu em países da Europa, como a Bélgica, que ameaçou banir o jogo no país, pelo fundamento de que a compra de *loot boxes* estaria se tornando um ato de aposta (*gambling*).

À esse debate, responde-se na mesma linha indicada anteriormente. O mau oferecimento de serviço, falta de opções alternativas, e consequente desproporcionalidade entre aqueles que adquirem as vantagens e aqueles que não têm condição de fazê-lo, é que determinará o sucesso ou insucesso da franquia de jogos.

Por esse motivo, vê-se que o próprio mercado tem a capacidade de se regular em função do melhor interesse do consumidor. É este que indicará, por meio da aceitação ou não do produto, o futuro do fornecedor, sem a necessidade da interferência do Estado.

7 CONCLUSÕES

Considerando os recentes avanços da tecnologia na modernidade, não é facultado ao direito se calar diante da complexa evolução das relações humanas. Ao ordenamento jurídico, pelo contrário, impõe-se a manutenção da vida em sociedade por meio da regulação de limites aos direitos e garantias individuais. Essa limitação, contudo, não pode ser mínima a ponto de tornar ineficaz a norma, nem tão grande a ponto de importar em excessiva onerosidade ao subordinado.

Pelo estudo singular das microtransações e de suas consequências no contexto dos jogos eletrônicos, foi possível extrair a conclusão de que estas operam por meio de um sistema regido pelo livre mercado, ou seja, a oferta determina a demanda e vice-versa.

Observou-se que a sistemática das microtransações não desperta no público-alvo uma aceitação generalizada, o que demonstra óbice natural à prosperidade do modelo de *loot boxes*. Dessa forma, não compete ao Estado interferir no tema, uma vez que quem definirá a aceitação ou não das vendas de conteúdo digital dentro dos jogos é o consumidor, não carecendo este de maiores proteções legais nesse aspecto. Enquanto houver demanda pelo produto/serviço, haverá a oferta.

Acima de tudo, na esfera do direito pátrio, essa lógica deve ser respeitada sob pena de violação aos valores constitucionais da Livre Iniciativa (art. 1.º, inciso IV, da CF/88) e das Liberdades Individuais (Preâmbulo e art. 3.º, inciso I, da CF/88).

Finalmente, a discussão se resume ao modelo de Estado que queremos para nós. Se estivermos buscando um padrão de Estado cevado e robusto, que sempre deve prevalecer sobre os direitos individuais, o caminho a se seguir será o de restringir cada vez mais as negociações privadas a pretexto de assegurar direitos de uma das partes envolvidas no negócio jurídico. Se entendermos que o indivíduo sabe o que é melhor para si (com a ressalva dos civilmente incapazes) e que este deve ter significativa autonomia negocial, o modelo a ser seguido será o da mínima intervenção e da liberdade econômica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LEE, Chris. Highlights of the predatory gaming announcement. Youtube, 21 nov. 2017. Disponível em <https://youtu.be/_akwfRuL4os>. Acesso em: 10 abr. 2018.

SVELCH, Jan; In: The evolution and social impact of video game economics. Lexington Books: London, 2017. Disponível em <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=PsUpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA101&dq=micro+transactions+in+games&ots=6rlTstVj1t&sig=qO7ON9IjkBMDpHcGls-t5gWvwJg#v=onepage&q&f=true>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

TARTUCE, Flávio. Manual de direito do consumidor: direito material e processual / Flávio Tartuce, Daniel Amorim Assumpção Neves.– 5. ed. rev., atual. e ampl. – Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: MÉTODO, 2016.