



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

PARECER DA COMISSÃO PERMANENTE DE DIREITO DO CONSUMIDOR DO INSTITUTO DOS ADVOGADOS BRASILEIROS À INDICAÇÃO 41/2025

EMENTA: DIREITO DO CONSUMIDOR. PROJETO DE LEI Nº 4148/2019. REGULÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DE *LOOT BOXES* EM JOGOS ELETRÔNICOS. ANÁLISE SISTEMÁTICA DO OBJETO, DEFINIÇÕES, DEVER DE INFORMAÇÃO, PROTEÇÃO DE HIPERVULNERÁVEIS E REGIME SANCIONATÓRIO. DIÁLOGO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, COM O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE E A CONSTITUIÇÃO FEDERAL. MECANISMOS DE RECOMPENSA ALEATÓRIA (RRM) EM CONTRATOS DE CONSUMO. MECANISMOS PSICOLÓGICOS DE REFORÇO INTERMITENTE E POTENCIAL ADITIVO. VULNERABILIDADE AGRAVADA DO CONSUMIDOR INFANTOJUVENIL. DISTINÇÃO ENTRE ITENS COSMÉTICOS E MECÂNICAS *PAY-TO-WIN*. CONSTITUCIONALIDADE DA PROPOSIÇÃO FRENTE AOS PRINCÍPIOS DA ORDEM ECONÔMICA.

I. RELATÓRIO

Submete-se à presente análise jurídica o Projeto de Lei nº 4148/2019, de autoria do Deputado Federal Heitor Freire (PSL/CE), cujo objeto é a criação de um marco normativo para a comercialização de caixas de recompensa, ou *loot boxes*, no ecossistema dos jogos eletrônicos. A proposição legislativa, composta por sete artigos, visa preencher uma lacuna no ordenamento jurídico pátrio, concernente a um modelo de monetização digital que, apesar de sua prevalência e lucratividade, suscita profundas controvérsias jurídicas, éticas e sociais. Conforme registro no portal da Câmara dos Deputados, a proposição foi aprovada na Comissão de Defesa do Consumidor e, em sua tramitação mais recente, encontra-se aguardando parecer do Relator na Comissão de Finanças e Tributação (CFT).

A matéria reveste-se de indiscutível relevância. A indústria global de jogos eletrônicos constitui um dos segmentos mais dinâmicos e economicamente expressivos do setor de entretenimento, com receitas anuais que superam as das indústrias de cinema e música somadas. A complexidade e o custo de produção dos títulos de grande orçamento, denominados "AAA", impulsionaram



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

a transição de um modelo de negócio baseado na venda unitária do produto para um modelo de "jogos como serviço" (*Games as a Service - GaaS*), no qual a receita é gerada de forma contínua por meio de transações recorrentes no interior do próprio jogo. Dentre essas transações, conhecidas como microtransações, as *loot boxes* emergiram como uma das estratégias mais eficazes e, ao mesmo tempo, mais polêmicas. Grandes conglomerados do setor, como Activision Blizzard, *Electronic Arts* e Ubisoft, reportaram receitas na casa dos bilhões de dólares anuais provenientes exclusivamente de conteúdos digitais internos aos jogos, segmento no qual as *loot boxes* possuem participação preponderante. Apenas em 2018, estima-se que o mercado global de jogos eletrônicos tenha atingido um valor de 115 bilhões de dólares, com projeções de crescimento contínuo, impulsionado em grande parte por esses modelos de monetização recorrente.

A controvérsia em torno desses mecanismos deriva de sua estrutura fundamental: a aquisição onerosa de um pacote virtual cujo conteúdo é determinado por um algoritmo de aleatoriedade, sendo, portanto, desconhecido pelo consumidor no momento da compra. Tal estrutura suscita comparações inevitáveis com os jogos de azar, levanta preocupações sobre o potencial aditivo e exploratório, e acende um alerta sobre a exposição de públicos vulneráveis, notadamente crianças e adolescentes, a mecânicas de natureza análoga à do jogo patológico. A crise de percepção pública atingiu seu ápice em novembro de 2017, com a controvérsia em torno do jogo *Star Wars: Battlefront II*, da *Electronic Arts* (EA). A forte dependência do jogo em *loot boxes* para a progressão dos jogadores gerou uma reação massiva da comunidade de consumidores, que culminou na intervenção de reguladores e legisladores em diversas partes do mundo, tornando-se um marco no debate global sobre o tema. A doutrina jurídica brasileira, atenta ao fenômeno, tem se debruçado sobre a questão, como aponta a jurista Carolina Borges da Silva ao afirmar que "a ascensão das *loot boxes* desafia as categorias tradicionais do direito contratual e consumerista, exigindo do legislador e do intérprete uma resposta que harmonize a inovação tecnológica com a proteção inarredável dos vulneráveis" (SILVA, 2022, p. 117).

Este parecer procederá a uma análise exaustiva e artigo por artigo do PL 4148/2019. A avaliação será conduzida sob o prisma do microssistema de proteção ao consumidor brasileiro, estabelecido pela Lei nº 8.078/1990 (Código



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

de Defesa do Consumidor - CDC), em diálogo constante com as normas de proteção integral da criança e do adolescente, emanadas do artigo 227 da Constituição Federal e da Lei nº 8.069/1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA). A análise será adensada com aportes da doutrina consumerista, da psicologia comportamental, da teoria dos jogos e do direito comparado, a fim de se aferir a constitucionalidade, a adequação técnica e a efetividade potencial da proposição legislativa.

II. DA NATUREZA JURÍDICA DOS JOGOS ELETRÔNICOS E DAS *LOOT BOXES*

Antes da análise pontual do projeto de lei, é imperativo estabelecer as premissas conceituais e jurídicas que fundamentam o debate. A compreensão da natureza dos jogos eletrônicos como objeto de relações de consumo e a qualificação jurídica precisa das *loot boxes* são passos indispensáveis para uma avaliação acurada da norma proposta.

2.1. O Jogo Eletrônico como Relação de Consumo: Produto, Serviço e o Modelo GaaS

A subsunção da comercialização de jogos eletrônicos ao regime do Código de Defesa do Consumidor é matéria pacífica. O fornecedor (desenvolvedora, publicadora, distribuidora) e o consumidor (jogador, destinatário final) enquadram-se perfeitamente nos conceitos dos artigos 2º e 3º do CDC. A complexidade reside na qualificação do objeto dessa relação.

Tradicionalmente, um jogo eletrônico adquirido em mídia física ou por download para instalação local era classicamente enquadrado como um **produto**, nos termos do art. 3º, § 1º, do CDC. Trata-se de um bem de consumo durável, ainda que de natureza imaterial, cujo valor reside na experiência lúdica e interativa que proporciona. A relação de consumo, nesse modelo, tende a se exaurir com a entrega do produto, ressalvadas as obrigações pós-contratuais como garantia e suporte técnico.

Contudo, a ascensão da conectividade permanente e a evolução dos modelos de negócio deram origem ao paradigma dos "**jogos como serviço**" (GaaS). Neste modelo, o jogo é concebido não como um produto acabado, mas como uma plataforma em constante evolução. O fornecedor não apenas entrega um software inicial, mas se compromete a prestar um serviço contínuo de manutenção de servidores, criação de novos conteúdos, organização de



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

eventos sazonais e gerenciamento da comunidade online. Essa prestação contínua de atividade, mediante remuneração (seja por assinatura ou por microtransações), atrai a incidência do conceito de **serviço**, conforme o artigo 3º, § 2º, do CDC.

É precisamente no seio do modelo GaaS que as *loot boxes* florescem. Elas não são, em geral, parte do produto original, mas sim um serviço adicional ofertado ao longo do ciclo de vida do jogo, destinado a manter o engajamento do jogador e a gerar fluxos de receita recorrentes. A própria *loot box*, ao ser adquirida, pode ser vista como um produto virtual autônomo, ainda que funcionalmente dependente do jogo principal. Esta natureza híbrida e complexa do ecossistema dos jogos modernos reforça a necessidade de uma legislação específica que, como o PL 4148/2019, se debruce sobre uma de suas práticas comerciais mais características, sem a pretensão de esgotar a totalidade das relações jurídicas envolvidas.

2.2. As *Loot Boxes* como Mecanismos de Recompensa Aleatória (RRM)

Para uma análise jurídica precisa, é útil adotar a terminologia técnica de "Mecanismo de Recompensa Aleatória" (do inglês, *Random Reward Mechanism* - RRM), que descreve o fenômeno de forma mais abstrata e funcional. Um RRM é estruturado em três componentes essenciais: primeiro, uma

condição de elegibilidade, que no caso das *loot boxes* pagas é a transação onerosa; segundo, um **procedimento aleatório**, controlado por um algoritmo (gerador de números aleatórios, ou RNG) que determina o resultado; e terceiro, a **entrega de uma recompensa**, que consiste em um ou mais itens virtuais de valor variável dentro do jogo.

Essa estrutura não é exclusiva dos jogos eletrônicos. Ela remonta a práticas comerciais antigas, como a venda de pacotes de figurinhas colecionáveis ou os brinquedos-surpresa em ovos de chocolate. No Japão, a mecânica evoluiu a partir dos populares *gachapon*, máquinas que dispensam cápsulas com brinquedos aleatórios. A transposição dessa lógica para o ambiente digital, contudo, potencializou exponencialmente sua escala, acessibilidade e sofisticação psicológica. A remoção do atrito físico, como a necessidade de ir a uma loja e manusear dinheiro físico, e a possibilidade de compras instantâneas e repetidas com um simples clique criaram um ambiente propício ao consumo impulsivo e, em casos extremos, compulsivo.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

2.3. A Tipologia das *Loot Boxes* e sua Relevância Jurídica

Nem todas as *loot boxes* são idênticas, e suas diferenças possuem implicações jurídicas relevantes. Uma classificação funcional útil distingue os mecanismos com base na sua intersecção com a economia real. Propõe-se uma matriz de quatro categorias, baseada na natureza dos recursos utilizados para ativar o mecanismo e na natureza das recompensas obtidas. A primeira categoria, denominada 'Recursos Isolados / Recompensas Isoladas', compreende os casos em que o jogador utiliza recursos obtidos exclusivamente dentro do jogo, sem dispêndio de dinheiro real, para obter recompensas que também só podem ser utilizadas dentro do jogo, sem possibilidade de venda ou troca por valor monetário. Este modelo, presente em jogos como a série *Diablo* no que tange ao *loot* obtido de inimigos, não é objeto de regulação do PL 4148/2019, pois carece do elemento oneroso que caracteriza a "comercialização". Em segundo lugar, a categoria 'Recursos Isolados / Recompensas Embutidas' se refere a situações em que o jogador utiliza recursos do jogo para obter recompensas que, de alguma forma, podem ser convertidas em valor real, por exemplo, através da venda em mercados secundários; a versão inicial de *Diablo III* com sua "Casa de Leilões" de dinheiro real se enquadrava aqui. A terceira categoria, 'Recursos Embutidos / Recompensas Isoladas', é a mais comum e o foco principal do debate. Nela, o jogador paga com dinheiro real, diretamente ou via moeda virtual, para obter recompensas que não podem ser oficialmente vendidas por dinheiro. Jogos como *Overwatch*, *FIFA Ultimate Team* e *Star Wars Battlefront II* operam sob este modelo. A ausência de um mecanismo oficial de "cash out" é frequentemente utilizada pela indústria como argumento para afastar a caracterização de jogo de azar, uma vez que o "prêmio" não teria "valor monetário". Finalmente, a quarta e mais controversa categoria é a de 'Recursos Embutidos / Recompensas Embutidas', na qual o jogador paga com dinheiro real para obter recompensas que podem ser vendidas por dinheiro real em mercados oficiais ou sancionados pela desenvolvedora. O mercado de *skins* de jogos como *Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO)* é o exemplo paradigmático, onde a troca e venda de itens cosméticos alimenta um ecossistema de apostas em sites de terceiros, um fenômeno conhecido como *skins gambling*. Esta categoria é a que mais se aproxima estruturalmente de uma loteria ou máquina caça-níquel, sendo considerada jogo de azar em diversas jurisdições.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

O PL 4148/2019, ao focar na "compra", abrange as categorias três e quatro. A distinção entre elas é relevante para a discussão sobre a natureza de jogo de azar, mas do ponto de vista estrito do Direito do Consumidor, ambas as práticas demandam a tutela da transparência e a proteção dos vulneráveis, pois envolvem uma transação onerosa com resultado aleatório e desconhecido.

2.4. A Controvérsia do *Pay-to-Win*

Uma outra distinção crucial, com profundas implicações para a experiência do consumidor, é a que se faz entre itens **cosméticos** e itens que conferem **vantagens competitivas**, mecanismo conhecido como *pay-to-win*, ou "pagar para vencer".

Itens cosméticos, como *skins* (aparências alternativas para personagens ou armas), *emotes* ou itens de decoração, alteram apenas a estética do jogo. Eles não impactam o equilíbrio da jogabilidade nem o desempenho do jogador. Embora possam gerar pressão social para o consumo, eles não comprometem a integridade competitiva da experiência.

O mecanismo *pay-to-win*, por outro lado, é consideravelmente mais problemático. Nele, os itens obtidos nas *loot boxes* – como armas mais poderosas, personagens mais fortes ou bônus de progressão – conferem uma vantagem tangível sobre outros jogadores que não realizam o mesmo dispêndio financeiro. O sucesso no jogo deixa de ser primariamente uma função da habilidade, dedicação e estratégia do jogador para se tornar, em parte ou no todo, uma função de sua capacidade econômica.

Exemplos notórios dessa prática incluem o já mencionado *Star Wars Battlefront II* em seu lançamento, onde personagens icônicos e habilidades cruciais estavam trancados atrás de um sistema de progressão extremamente lento, que podia ser acelerado com a compra de *loot boxes*. O jogo *Middle-earth: Shadow of War* também foi alvo de críticas por vincular a força do exército do jogador, um elemento central da jogabilidade, à aquisição de orcs de elite por meio de caixas de recompensa. O modo *FIFA Ultimate Team* da EA é um caso perene de debate, onde a montagem de um time competitivo está intrinsecamente ligada à sorte na obtenção de cartas de jogadores de alto calibre em pacotes comprados.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

Sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor, o *pay-to-win* pode configurar diversas violações. Primeiramente, ele pode representar uma **frustração da legítima expectativa do consumidor**. Ao adquirir um jogo, especialmente um título com preço cheio (*full price*), o consumidor tem a legítima expectativa de acessar uma experiência de jogo completa e justa. Quando descobre que a competição é desequilibrada em favor de quem mais gasta, essa expectativa é frustrada. Tal prática pode ser enquadrada como **vício de qualidade por inadequação** (artigo 18 do CDC), pois o produto/serviço se mostra inadequado aos fins a que se destina: proporcionar um entretenimento justo e baseado na habilidade.

Ademais, a publicidade que promove um jogo como uma competição de habilidade, omitindo o fato de que o desempenho pode ser massivamente influenciado por gastos financeiros, pode ser classificada como **publicidade enganosa por omissão** (artigo 37, § 3º, do CDC). A natureza *pay-to-win* é, sem dúvida, um "dato essencial" do produto/serviço que, se omitido, é capaz de induzir o consumidor a erro. O projeto de lei em análise, embora não distinga explicitamente entre itens cosméticos e P2W, oferece um arcabouço protetivo que se aplica a ambos, mas cuja importância se torna ainda mais acentuada no contexto de mecânicas que afetam diretamente a equidade da experiência de jogo.

III. ANÁLISE DETALHADA DO PROJETO DE LEI Nº 4148/2019

Passada a etapa de conceituação, procede-se à análise pormenorizada de cada dispositivo do projeto de lei.

3.1. Do Objeto e Escopo (artigo 1º)

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a comercialização de prêmios aleatórios, por meio de caixas de recompensa (loot boxes), em jogos eletrônicos.

Conforme já esboçado, o artigo inaugural cumpre sua função delimitadora com precisão técnica. Ao eleger a "comercialização" como verbo nuclear, o legislador posiciona a norma no campo do direito das relações de consumo, focando na prática de mercado e não na atividade lúdica em si. A utilização da terminologia consagrada "*loot boxes*" em conjunto com a tradução funcional "caixas de recompensa" garante a necessária clareza e abrangência. A delimitação do escopo a "jogos eletrônicos" especifica o contexto de aplicação,



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

evitando que a norma incida sobre outras formas de venda de produtos-surpresa em ambientes não-digitais, que possuem dinâmicas e vulnerabilidades distintas. A redação do artigo é, portanto, tecnicamente adequada e serve como um alicerce sólido para os dispositivos subsequentes.

3.2. Da Definição Legal e sua Adequação (artigo 2º)

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se caixa de recompensa (loot box) o mecanismo de compra de item virtual, cujo conteúdo é aleatório e desconhecido no momento da transação.

A definição legal proposta é precisa e captura a essência do fenômeno. A menção à "compra" estabelece o caráter oneroso. A referência a "item virtual" situa o objeto no domínio digital. Os adjetivos "aleatório" e "desconhecido" qualificam a natureza da transação, sendo este o ponto nevrálgico da controvérsia.

Do ponto de vista do Direito Civil, a transação se qualifica como um **contrato aleatório**, no qual uma das prestações (o conteúdo da *loot box*) não é conhecida em sua qualidade ou quantidade no momento da celebração do negócio. A aleatoriedade (a *álea*) é elemento essencial do contrato. Contudo, a inserção deste contrato em uma relação de consumo impõe a aplicação do CDC, cujas normas de ordem pública, como o dever de informação e a proteção contra práticas abusivas, temperam a autonomia da vontade e os riscos assumidos pelas partes. O consumidor, parte vulnerável, não pode ser submetido a uma álea cujos contornos e probabilidades são integralmente controlados e ocultados pelo fornecedor. A definição do artigo 2º, ao isolar esses elementos, permite que o restante da lei atue precisamente sobre os pontos de maior desequilíbrio contratual.

3.3. O Dever de Informação e a Mitigação da Assimetria (artigo 3º)

Art. 3º As empresas desenvolvedoras e distribuidoras de jogos eletrônicos deverão informar, em destaque, antes da aquisição da caixa de recompensa (loot box), em língua portuguesa, qual a probabilidade de o consumidor obter cada um dos itens virtuais possíveis.

Parágrafo único. A informação de que trata o caput deste artigo deverá ser disponibilizada no sítio eletrônico e no jogo eletrônico onde a caixa de recompensa (loot box) é ofertada.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

Este dispositivo é uma aplicação direta e necessária do **princípio da transparência**, um dos pilares do CDC. O direito à informação, previsto no artigo 6º, III, do CDC, é um direito instrumental que visa garantir o consentimento informado e a escolha consciente do consumidor. A ausência de informação sobre as probabilidades de obtenção dos itens (*drop rates*) em uma *loot box* representa uma forma aguda de assimetria informacional. A omissão desses dados impede que o consumidor realize qualquer cálculo racional de custo-benefício. Ele é forçado a confiar na sorte, uma percepção subjetiva que é facilmente manipulada pelos mecanismos psicológicos embutidos no jogo. A obrigação de informar "em destaque" e "antes da aquisição" é crucial para a efetividade da norma, impedindo que a informação seja relegada a locais de difícil acesso. A exigência de divulgação das probabilidades tem o potencial de desmistificar a natureza "mágica" da *loot box*, revelando-a como um cálculo estatístico frio, o que pode desincentivar o gasto impulsivo.

A demanda por tal transparência não é uma mera abstração jurídica, mas um anseio concreto dos consumidores. Pesquisa empírica realizada em múltiplos países, incluindo Alemanha, Hungria, África do Sul, Tailândia, Reino Unido e Estados Unidos, revelou que a esmagadora maioria dos jogadores gostaria que as probabilidades dos itens contidos nas *loot boxes* fossem exibidas. De forma ainda mais contundente, uma maioria significativa dos participantes desses estudos afirmou que a exibição de tais probabilidades os levaria a gastar menos dinheiro com esses mecanismos. Este dado empírico não apenas valida a importância da medida proposta no artigo 3º como ferramenta de proteção ao consumidor, mas também elucida a relutância da indústria em adotá-la voluntariamente, uma vez que a opacidade é um fator que contribui diretamente para a maximização da receita.

A experiência internacional, como a da China, que desde 2017 exige a divulgação das *drop rates*, demonstra a viabilidade e a importância dessa medida. Embora as empresas possam encontrar formas de contornar o espírito da lei, como a criação de sistemas intermediários complexos, a obrigação de transparência é um primeiro passo indispensável. Após pressão regulatória e de consumidores, as principais fabricantes de consoles (Sony, Microsoft e Nintendo) também se comprometeram a exigir a divulgação de probabilidades para jogos em suas plataformas.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

A violação do dever de informar, neste contexto, não é um mero descumprimento formal. Ela vicia a vontade do consumidor e pode configurar, como já mencionado, publicidade enganosa por omissão (artigo 37, § 3º, do CDC), uma vez que a probabilidade é um dado essencial para a decisão de compra de um produto cuja principal característica é a aleatoriedade. O artigo 3º do projeto, portanto, não inova de forma radical, mas sim especifica e torna explícita a aplicação de um dever já existente no CDC ao contexto particular e tecnicamente complexo das *loot boxes*.

3.4. A Vedação a Crianças e Adolescentes e a Proteção ao Hipervulnerável (artigo 4º)

Art. 4º É vedada a comercialização de caixas de recompensa (loot boxes) a crianças e adolescentes.

Este artigo é a medida mais assertiva e protetiva do projeto, refletindo uma compreensão aprofundada da vulnerabilidade agravada, ou **hipervulnerabilidade**, do público infantojuvenil. A fundamentação para tal vedação é multifacetada e se apoia em preceitos constitucionais, legais e científicos.

O **princípio da proteção integral da criança e do adolescente**, com status de prioridade absoluta (artigo 227, CF), impõe ao Estado o dever de criar mecanismos para protegê-los de toda forma de exploração e de práticas que possam prejudicar seu desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social. As *loot boxes* se enquadram perfeitamente nesse espectro de risco. Estudos demográficos sobre o público de jogos de azar relacionados a eSports e *loot boxes* consistentemente apontam para uma alta prevalência de jovens do sexo masculino, frequentemente menores de idade, que se engajam nessas atividades.

3.4.1. Os Mecanismos de Dependência Psicológica

A discussão sobre a proibição para menores exige uma análise dos mecanismos psicológicos que tornam as *loot boxes* tão engajadoras e potencialmente aditivas. A estrutura de recompensa das *loot boxes* espelha de forma quase idêntica o **programa de reforço de razão variável** (*variable-ratio reinforcement schedule*), um conceito da psicologia comportamental que é considerado o



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

mais poderoso para a formação de hábitos e comportamentos compulsivos. É o mesmo princípio que governa o funcionamento das máquinas caça-níqueis.

Nesse programa, a recompensa é entregue após um número imprevisível de respostas, no caso, compras. O jogador não sabe se a próxima caixa conterá o item desejado, mas sabe que, eventualmente, uma caixa o conterá. Essa incerteza gera uma liberação constante de dopamina no cérebro, não apenas no momento da recompensa, mas na antecipação dela. O cérebro se torna condicionado a associar o ato de abrir a caixa com uma onda de prazer e excitação, independentemente do resultado. Quando a recompensa não vem, a frustração é rapidamente substituída pela expectativa da próxima tentativa, criando um ciclo de "quase-lá" que é extremamente difícil de interromper. A pesquisa empírica corrobora essas reações, com estudos mostrando que cerca de 45% dos jogadores reportam sentir culpa após a compra, 50% sentem mal-estar quando não obtêm o item desejado e 17% admitem uma perda de controle, comprando mais caixas seguidamente. De forma paradoxal, a obtenção do item desejado demonstrou ser um preditor de uma futura perda de controle, sugerindo que o sucesso no sistema de recompensa aleatória reforça o ciclo de compra, em vez de satisfazer o consumidor.

Outros elementos de design contribuem para esse potencial aditivo. A começar pelos estímulos audiovisuais empregados, a abertura de uma *loot box* é frequentemente um espetáculo de luzes, cores e sons, com animações elaboradas e efeitos sonoros de celebração que maximizam a excitação e mascaram a frequência de resultados de baixo valor. O fenômeno de "perdas disfarçadas de ganhos" (*losses disguised as wins*), onde o jogador recebe um item de valor inferior ao pago, mas a apresentação audiovisual é a de uma vitória, é comum e particularmente insidioso. Adicionalmente, a implementação de *near-misses*, ou quase-acertos, onde o sistema pode ser projetado para mostrar ao jogador itens de alta raridade que ele "quase" ganhou, cria a ilusão de que ele está perto de conseguir a grande recompensa e o incentiva a mais uma tentativa. A isso se soma a pressão temporal e de exclusividade, com a oferta de *loot boxes* por tempo limitado ou contendo itens exclusivos de eventos sazonais, o que cria um senso de urgência e o medo de perder uma oportunidade (*Fear of Missing Out - FOMO*), levando a decisões de compra impulsivas.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

Crianças e adolescentes, com seu sistema de controle de impulsos ainda em maturação, são excepcionalmente vulneráveis a esses mecanismos. A dificuldade em adiar a gratificação e em avaliar riscos de longo prazo os torna alvos fáceis para um sistema projetado para explorar precisamente essas características. A influência de criadores de conteúdo em plataformas como YouTube e Twitch, que frequentemente realizam "aberturas de pacotes" (*pack openings*) em larga escala, também atua como um potente vetor de normalização e incentivo ao consumo entre o público jovem.

3.4.2. A Convergência Jogo-Aposta e a "Hipótese da Porta de Entrada"

A exposição contínua a esses mecanismos desde tenra idade pode ter consequências mais profundas. A linha que separa o jogo (lúdico) da aposta (financeira) se torna cada vez mais tênue. As *loot boxes* atuam como um campo de treinamento para as mecânicas e os vieses cognitivos do jogo de azar. O jogador aprende a lidar com a aleatoriedade, a perseguir perdas (*chasing losses*), a superestimar suas chances (ilusão de controle) e a sucumbir à falácia do jogador (*gambler's fallacy* - a crença de que uma série de resultados ruins aumenta a probabilidade de um resultado bom).

Isso deu origem à "**hipótese da porta de entrada**" (*gateway hypothesis*), que postula que o engajamento com *loot boxes* na juventude pode aumentar a probabilidade de o indivíduo desenvolver problemas com jogos de azar na idade adulta. A pesquisa de Spicer *et al.* investigou diretamente essa hipótese, encontrando que uma parcela significativa, cerca de 20%, dos jogadores que compram *loot boxes* e também apostam reportam que a primeira atividade influenciou causalmente o início da segunda. Esse grupo apresentou escores mais altos em todas as métricas de risco, como jogo problemático, cognições relacionadas ao jogo, impulsividade e gastos financeiros. Notavelmente, a maioria dos que reportaram esse efeito de "porta de entrada" tinha menos de 18 anos quando comprou sua primeira *loot box*.

Diante desse quadro, a vedação proposta pelo artigo 4º não é apenas uma medida de proteção ao consumidor, mas uma política de saúde pública preventiva. Ela visa impedir a exposição precoce a um mecanismo com reconhecido potencial de risco psicológico e comportamental, em conformidade com o dever de proteção integral do Estado.

3.5. O Debate sobre Proibição vs. Limitação e a Solução do Projeto



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

A resposta regulatória global às *loot boxes* tem variado significativamente. A Bélgica adotou a abordagem mais rigorosa, banindo completamente a venda de *loot boxes* em 2018, enquadrando-as como jogos de azar ilegais. Nos Países Baixos, a proibição foi mais seletiva, focando em *loot boxes* cujos prêmios pudessem ser comercializados por valor real. O Reino Unido e os Estados Unidos, por sua vez, têm se movido mais lentamente, com debates em andamento e uma relutância em classificar a prática como jogo de azar, principalmente devido a definições legais que exigem que o prêmio tenha valor monetário.

A abordagem do banimento total, como a belga, enfrenta desafios de eficácia. O estudo sobre *counterplay* (contra-jogo) demonstra como jogadores dedicados utilizam ferramentas técnicas como Redes Privadas Virtuais (VPNs), alteração da localização de contas e mercados de terceiros para contornar as restrições geográficas. A natureza global e digital da indústria de jogos torna os banimentos nacionais porosos. Alternativamente, a autorregulação da indústria tem sido proposta como uma solução. Esforços como a criação de selos informativos por órgãos como a ESRB (nos EUA) e a PEGI (na Europa), ou a exigência de divulgação de probabilidades por parte de plataformas como a Apple, representam passos nessa direção. Contudo, a história da autorregulação nesse setor é marcada pela reatividade e pela busca de brechas legais, como a manobra da Blizzard na China, que passou a "presentear" os jogadores com *loot boxes* na compra de moeda virtual, para contornar tecnicamente a proibição de venda direta das caixas. Tais táticas demonstram os limites da confiança na autorregulação para proteger efetivamente os consumidores.

Nesse contexto, a solução adotada pelo PL 4148/2019 se mostra pragmática e juridicamente sofisticada. Em vez de um banimento geral, que poderia ser de difícil fiscalização e potencialmente desproporcional, o projeto opta por uma **proibição direcionada e qualificada**. Ele permite a comercialização para adultos, desde que observada a transparência radical imposta pelo artigo 3º, e veda completamente a prática para o público hipervulnerável (artigo 4º).

Esta abordagem parece mais equilibrada e exequível. Ela reconhece a autonomia do consumidor adulto, mas exige que sua decisão seja informada. Ao mesmo tempo, aplica o máximo rigor protetivo onde ele é mais necessário, em relação às crianças e adolescentes, em conformidade com o princípio da prioridade absoluta. A fiscalização se torna mais focada: em vez de policiar toda



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

a internet em busca de *loot boxes*, os órgãos de defesa do consumidor podem se concentrar em verificar a implementação de mecanismos de controle de idade e a correta exibição das probabilidades.

3.6. Do Aparato Sancionatório e da Fiscalização (Arts. 5º e 6º)

Art. 5º A infração às disposições desta Lei sujeitará o responsável às sanções previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

Art. 6º A fiscalização do disposto nesta Lei e a aplicação das sanções administrativas dela decorrentes serão de responsabilidade dos órgãos de proteção e defesa do consumidor.

A remissão ao sistema sancionatório do CDC (artigo 5º) e a atribuição de competência aos órgãos do SNDC (artigo 6º) são escolhas legislativas acertadas. Elas promovem a coerência e a integração do novo diploma ao microsistema consumerista já existente, aproveitando uma estrutura de fiscalização e sanção já consolidada e capilarizada em todo o território nacional.

A variedade de sanções previstas no artigo 56 do CDC permite uma resposta graduada e proporcional à gravidade da infração. O referido artigo prevê um leque de sanções administrativas que podem ser aplicadas de forma isolada ou cumulativa, incluindo medidas como multa, apreensão e inutilização do produto, cassação de registro, proibição de fabricação, suspensão de fornecimento do serviço, e até mesmo a interdição da atividade ou do estabelecimento. Para uma empresa multinacional, uma multa de valor elevado pode ser a sanção mais efetiva. Em casos de recalcitrância, a suspensão da comercialização do jogo ou a proibição da atividade da empresa no país são ferramentas de coerção de altíssimo impacto.

A competência atribuída aos PROCONs, ao Ministério Público e à SENACON garante que o consumidor terá múltiplos canais para denunciar infrações e que a defesa de seus direitos poderá ocorrer tanto na esfera individual quanto na coletiva. A atuação do Ministério Público, por meio de Inquéritos Cíveis e Ações Cíveis Públicas, será particularmente relevante para coibir práticas abusivas de larga escala e buscar reparações por danos morais coletivos.

IV. ANÁLISE DO DIREITO COMPARADO: ABORDAGENS REGULATÓRIAS SOBRE AS LOOT BOXES



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

Uma análise aprofundada do Projeto de Lei nº 4148/2019 não pode prescindir de um exame do tratamento conferido à matéria em outras jurisdições. O caráter transnacional da indústria de jogos eletrônicos e a natureza global das plataformas de distribuição digital tornam o direito comparado uma ferramenta indispensável para contextualizar o debate brasileiro, identificar tendências, avaliar a eficácia de diferentes modelos regulatórios e antecipar desafios. A ausência de um consenso internacional sobre a matéria revela a complexidade do fenômeno, que tangencia simultaneamente o direito do consumidor, a regulação de jogos de azar, a proteção de dados e a tutela de menores.

4.1. A Abordagem do Banimento Fundado na Legislação de Jogos de Azar: Os Casos da Bélgica e dos Países Baixos

A vanguarda da regulação restritiva das *loot boxes* encontra-se na Europa, notadamente na Bélgica e nos Países Baixos. Ambas as jurisdições optaram por enquadrar certos tipos de *loot boxes* em suas legislações sobre jogos de azar, resultando em proibições parciais ou totais.

O caso da **Bélgica** é o mais emblemático. Em 2018, a Comissão de Jogos de Azar da Bélgica (*Belgian Gaming Commission*) concluiu que as *loot boxes* pagas, presentes em jogos como *FIFA 18*, *Overwatch* e *Counter-Strike: Global Offensive*, constituíam uma forma de jogo de azar ilegal. A análise da comissão se baseou na aplicação de um teste de quatro elementos definidores do jogo de azar segundo a legislação belga: a existência de um elemento de jogo, a necessidade de uma aposta (*stake*), a presença de um elemento de sorte, e a possibilidade de ganho ou perda. A comissão interpretou esses elementos de forma ampla e favorável à proteção do jogador. A "aposta" foi caracterizada pelo pagamento em dinheiro real, ainda que por meio de moedas virtuais. O "ganho ou perda" foi interpretado não apenas sob a ótica de um valor monetário direto, mas também do valor subjetivo que o jogador atribui ao item virtual. Assim, receber um item indesejado ou de baixo valor em troca do pagamento foi considerado uma "perda", enquanto obter um item raro e cobiçado foi visto como um "ganho". Essa interpretação afastou a necessidade de o prêmio ter um mercado secundário para ser considerado valioso. Como resultado, diversas empresas foram compelidas a remover a possibilidade de compra de *loot boxes* no país, sob pena de sanções criminais. Contudo, a eficácia desse banimento total é objeto de intenso debate. Estudos sobre o fenômeno do *counterplay* demonstraram que jogadores belgas, especialmente os mais engajados,



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

rapidamente desenvolveram estratégias para contornar a proibição, utilizando ferramentas como VPNs para mascarar sua localização, criando contas em outras regiões ou recorrendo a mercados de terceiros. Tal realidade evidencia a porosidade de regulações estritamente nacionais em um ecossistema digital globalizado.

Os **Países Baixos** adotaram uma abordagem similar, porém mais restrita. A Autoridade de Jogos de Azar Holandesa (*Netherlands Gaming Authority*), também em 2018, concluiu que *loot boxes* violavam a lei de apostas e jogos de azar, mas apenas quando os itens obtidos pudessem ser transferidos ou comercializados fora do jogo. O critério definidor, para a autoridade holandesa, foi a existência de um "valor econômico de mercado" para o prêmio. Se os itens fossem intransferíveis e confinados ao ecossistema do jogo, não seriam considerados prêmios nos termos da lei de jogos de azar. Esta interpretação levou à proibição de *loot boxes* em jogos como *CS:GO* e *Dota 2*, cujos itens alimentam um robusto mercado secundário, mas permitiu a continuidade da prática em jogos onde os itens são meramente cosméticos e intransferíveis. Essa abordagem, embora mais focada, também gera suas próprias complexidades, como a dificuldade de fiscalizar mercados cinzentos e a possibilidade de as empresas alterarem a transferibilidade de itens para se adequarem ou se esquivarem da regulação.

4.2. A Via da Transparência Obrigatória e da Regulação Administrativa: O Exemplo Chinês

A **China** representa um modelo regulatório distinto, que evitou a classificação direta das *loot boxes* como jogo de azar, optando por uma abordagem focada na proteção do consumidor e na transparência. Desde 2017, a legislação chinesa exige que as empresas de jogos eletrônicos divulguem publicamente as probabilidades exatas (*drop rates*) de obtenção de cada categoria de item em suas *loot boxes*. O objetivo é mitigar a assimetria informacional e permitir que o consumidor tome uma decisão de compra mais informada.

Além da divulgação de probabilidades, a regulação chinesa impôs outras restrições significativas, como a proibição da venda de *loot boxes* a menores de idade e o estabelecimento de limites diários e mensais de gastos para diferentes faixas etárias. A lei também vedou a venda direta de *loot boxes* por dinheiro real, exigindo que elas sejam adquiridas com a moeda virtual padrão do jogo.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

Apesar de inovadora, a abordagem chinesa revelou-se suscetível a práticas de contorno por parte da indústria. A mais notória foi a estratégia adotada por empresas como a Blizzard, que, para o jogo *Overwatch*, deixou de vender *loot boxes* diretamente e passou a vender pacotes de moeda virtual, oferecendo as *loot boxes* como um "brinde" ou "presente" vinculado à compra. Essa manobra, embora questionável sob a ótica da boa-fé, permitiu à empresa cumprir a letra da lei, que proibia a "venda", mas não o "recebimento" de caixas. Esse exemplo ilustra um desafio central na regulação de mercados tecnológicos dinâmicos: a capacidade dos agentes regulados de desenvolverem rapidamente novas práticas que se situam nas zonas cinzentas da legislação.

4.3. A Autorregulação e a Hesitação Legislativa: Os Cenários do Reino Unido e dos Estados Unidos

O **Reino Unido** e os **Estados Unidos** representam cenários de intensa deliberação, mas, até o momento, de pouca ação legislativa concreta. Em ambos os países, o debate tem sido marcado pela dificuldade de enquadrar as *loot boxes* nas definições legais existentes de jogo de azar.

No Reino Unido, a Comissão de Jogos de Azar (UK Gambling Commission) tem mantido, de forma consistente, que as *loot boxes* não constituem jogo de azar sob a Lei de Jogos de Azar de 2005 (*Gambling Act 2005*), a menos que os prêmios possam ser "monetizados", ou seja, trocados por dinheiro ou por itens com valor monetário. A dificuldade reside em provar que itens virtuais intransferíveis possuem "valor monetário". Apesar de relatórios parlamentares recomendarem uma regulação mais estrita e reconhecerem os riscos, especialmente para crianças, o governo tem relutado em legislar, apostando em medidas de autorregulação da indústria, como a melhoria dos controles parentais e a divulgação voluntária de probabilidades.

Nos Estados Unidos, a situação é ainda mais fragmentada devido à sua estrutura federativa, onde a regulação de jogos de azar é, em grande parte, de competência estadual. Diversas propostas legislativas foram introduzidas em estados como Havaí, Washington e Minnesota, buscando proibir a venda de jogos com *loot boxes* a menores ou exigir a rotulagem ostensiva, mas poucas avançaram significativamente. Em nível federal, a Comissão Federal de Comércio (FTC) realizou audiências e investigações sobre o tema, focando nos aspectos de práticas comerciais desleais e enganosas sob a ótica da proteção



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

ao consumidor. A indústria, por meio de sua principal associação de lobby, a *Entertainment Software Association* (ESA), tem resistido ativamente à regulação, argumentando que as *loot boxes* não são jogos de azar e que a autorregulação, por meio do sistema de classificação etária ESRB, é suficiente. A inclusão recente de um selo de "Compras no Jogo" nos produtos é um exemplo dessa autorregulação reativa, embora seja criticada por sua generalidade, ao não distinguir entre a compra de um item específico e a compra de uma *loot box* aleatória.

4.4. A Experiência Asiática com Mecânicas *Gacha* e a Autorregulação: O Caso do Japão

O **Japão** oferece um estudo de caso particularmente instrutivo, pois lidou com uma mecânica precursora das *loot boxes*, conhecida como *gacha*, muito antes de a controvérsia se tornar global. O modelo *gacha* é central para os jogos mobile japoneses. A crise regulatória eclodiu com a popularização de uma variante específica chamada "*kompū gacha*" (ou *complete gacha*). Nesse sistema, os jogadores precisavam obter uma série completa de itens aleatórios de um *gacha* para, só então, desbloquear um prêmio final, geralmente muito raro e poderoso. A probabilidade de completar o conjunto era extremamente baixa, levando os jogadores a gastarem quantias exorbitantes.

A indignação pública com o *kompū gacha* levou à intervenção da Agência de Assuntos do Consumidor do Japão (CAA), que, em 2012, declarou a prática ilegal com base na legislação que proíbe a oferta de prêmios enganosos. Diante da ameaça de uma regulação governamental mais ampla, a indústria japonesa de jogos, por meio de suas associações, agiu rapidamente e implementou um robusto sistema de autorregulação para os mecanismos de *gacha* padrão. Essas diretrizes voluntárias incluíram a divulgação de probabilidades, o estabelecimento de limites de gastos mensais para jogadores jovens e a garantia de que o custo para obter um item específico não excederia um teto predefinido. A experiência japonesa serve, portanto, como um duplo exemplo: demonstra o potencial lesivo de mecânicas de monetização aleatória não reguladas e, ao mesmo tempo, ilustra como uma autorregulação séria e proativa, ainda que impulsionada pela ameaça de intervenção estatal, pode criar um ambiente de mercado mais transparente e protetivo.

4.5. Lições do Direito Comparado para a Proposta Legislativa Brasileira



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

A análise comparada oferece valiosas lições para o debate em torno do PL 4148/2019. Fica evidente que a tentativa de enquadrar as *loot boxes* exclusivamente na legislação de jogos de azar, embora possível em algumas jurisdições, enfrenta obstáculos significativos, especialmente no que tange à definição de "prêmio com valor monetário". Como destaca o jurista brasileiro João Ricardo Costa, "a fixação do debate na esfera dos jogos de azar pode ser um desvio improdutivo; a verdadeira essência da abusividade das *loot boxes* reside na exploração da vulnerabilidade informacional e psicológica do consumidor, um campo fértil para a aplicação direta e incisiva do Código de Defesa do Consumidor" (COSTA, 2021, p. 88).

Nesse sentido, o PL 4148/2019 adota uma abordagem que parece ter aprendido com as experiências internacionais. Ele evita a complexa e potencialmente infrutífera discussão sobre o enquadramento como jogo de azar, focando suas disposições nos pilares do direito consumerista. A abordagem do projeto brasileiro se assemelha a um modelo híbrido e pragmático, que pode ser mais eficaz. Ele adota o princípio da transparência, central no modelo chinês, ao exigir a divulgação de probabilidades, mas o faz de forma mais direta e sem as brechas que permitiram o contorno da norma naquele país. Em vez de uma proibição total e de difícil fiscalização, como a belga, ele opta por uma proibição direcionada ao público comprovadamente mais vulnerável, o que é mais proporcional e alinhado ao princípio da proteção integral. Ao mesmo tempo, ele supera a inércia dos modelos anglo-saxões, que ainda dependem de uma autorregulação reativa e insuficiente, estabelecendo deveres e sanções claros em lei. A proposta brasileira, portanto, se posiciona como uma solução legislativa moderna e equilibrada, que dialoga com as melhores práticas e as lições aprendidas no cenário internacional, como bem pontua a pesquisadora Fernanda Lima: "O legislador brasileiro, ao propor o PL 4148/2019, demonstra ter observado atentamente as dificuldades enfrentadas na Europa e nos EUA, optando por um caminho que não reinventa a roda, mas adapta os instrumentos já consagrados do Direito do Consumidor a uma nova realidade tecnológica" (LIMA, 2023, p. 275).

V. ANÁLISE DA CONSTITUCIONALIDADE

A constitucionalidade da proposição é inequívoca quando analisada à luz da teoria da ponderação de princípios. De um lado, tem-se o princípio da **livre iniciativa** (artigo 1º, IV, e 170, *caput*, da CF), que garante aos agentes econômicos



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

a liberdade de exercer suas atividades e de escolher seus modelos de negócio. De outro, os princípios da **defesa do consumidor** (artigo 5º, XXXII, e 170, V, da CF) e da **proteção integral da criança e do adolescente** (artigo 227 da CF).

A livre iniciativa não se reveste de caráter absoluto, devendo ser exercida em conformidade com os demais princípios da ordem econômica e com os direitos fundamentais. A jurisprudência pátria é consolidada no sentido de que a atividade econômica pode e deve ser regulada pelo Estado para proteger valores sociais relevantes.

O PL 4148/2019 realiza uma ponderação razoável e proporcional entre esses princípios. Ele não proíbe a atividade econômica de desenvolvimento de jogos, nem mesmo o modelo de microtransações em geral. A intervenção é cirúrgica, focada em uma prática específica com riscos comprovados. A obrigação de transparência para adultos qualifica a livre iniciativa, tornando o mercado mais leal e competitivo, em vez de suprimi-la. A vedação para menores, por sua vez, é uma restrição plenamente justificada pela prevalência do princípio da prioridade absoluta. A norma, portanto, não apenas é compatível com a Constituição, mas atua como um instrumento para a concretização de seus mandamentos protetivos.

VI. CONCLUSÃO

O Projeto de Lei nº 4148/2019 representa uma resposta legislativa madura, necessária e tecnicamente adequada a um dos desafios mais prementes do Direito do Consumidor na contemporaneidade. Ele aborda o fenômeno das *loot boxes* com a seriedade que a matéria exige, reconhecendo sua complexidade, seu potencial lesivo e a necessidade de proteger, com especial atenção, o público infantojuvenil.

A proposição se destaca por sua abordagem equilibrada, que evita os extremos do *laissez-faire* anacrônico e da proibição generalizada de difícil execução. Ao combinar a exigência de transparência radical para o público adulto com uma vedação total para o público hipervulnerável, o projeto harmoniza a liberdade econômica com a proteção do consumidor e a doutrina da proteção integral da criança e do adolescente.

A sua aprovação significará um avanço notável para o ordenamento jurídico brasileiro, estabelecendo um precedente para a regulação de outras práticas



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

comerciais em ambientes digitais que se valem de arquiteturas de escolha manipulativas, como os *dark patterns*. A lei reafirmará a vitalidade e a adaptabilidade do Código de Defesa do Consumidor, demonstrando que seus princípios fundamentais de transparência, boa-fé e proteção da vulnerabilidade são plenamente capazes de ordenar as novas e complexas relações de consumo da sociedade da informação.

Apesar dos méritos, algumas sugestões de aprimoramento poderiam ser consideradas durante a tramitação legislativa, na forma de emendas, para maximizar sua eficácia. Sugere-se, por exemplo, a inclusão de um dispositivo que preveja a possibilidade de os órgãos de defesa do consumidor requisitarem auditorias independentes sobre os algoritmos de aleatoriedade utilizados pelas empresas, para verificar se as probabilidades informadas correspondem à realidade. Seria igualmente benéfico explicitar que as regras se aplicam a transações realizadas com moedas virtuais intermediárias, a fim de evitar brechas interpretativas.

Diante do exposto, o parecer é pela **constitucionalidade e pela integral aprovação do Projeto de Lei nº 4148/2019**, com as sugestões de aprimoramento mencionadas, por se tratar de proposição legislativa indispensável à tutela do consumidor.

É o parecer.

Rio de Janeiro, 21 de julho de 2025.

GUILHERME MAGALHÃES MARTINS

Membro honorário do IAB (Comissão Permanente de Direito do Consumidor)



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

VII. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRADY, A.; PRENTICE, G. *Are loot boxes addictive? Analyzing participant's physiological arousal while opening a loot box.* **Games and Culture**, v. 16, n. 4, p. 419-433, 2019.

BROOKS, G. A.; CLARK, L. *Associations between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions.* **Addictive Behaviors**, v. 96, p. 26-34, 2019.

CERMAK, D. *Micro-Transactions, Massive Headaches: International Regulation of Video Game Loot Boxes.* **Michigan State International Law Review**, v. 28, n. 2, p. 273-322, 2020.

CORRÊA, J. V. G. *A Legalidade das Loot Boxes em Jogos Eletrônicos.* **Artigo acadêmico**, [s.d.].

COSTA, João Ricardo. *A Hipervulnerabilidade do Consumidor Criança e a Publicidade Velada em Jogos Eletrônicos.* **Revista de Direito do Consumidor e Novas Tecnologias**, São Paulo, v. 12, p. 81-105, 2021.

DENOO, M., et al. *Counterplay: Circumventing the Belgian Ban on Loot Boxes by Adolescents.* **Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.**, v. 7, n. CHI PLAY, Article 378, 2023.

DEREVENSKY, J. L.; GRIFFITHS, M. D. *Convergence between gambling and gaming: does the gambling and gaming industry have a responsibility in protecting the consumer?* **Gaming Law Review**, v. 23, n. 9, p. 633-639, 2019.

DRUMMOND, A.; SAUER, J. D. *Video-game loot boxes are psychologically akin to gambling.* **Nature Human Behaviour**, v. 2, p. 530-532, 2018.

DRUMMOND, A., et al. *The relationship between problem gambling, excessive gaming, psychological distress, and spending on loot boxes in Aotearoa New Zealand, Australia, and the United States-A cross-national survey.* **PLoS ONE**, v. 15, n. 3,, 2020.

GHOSH, A. *Game Over: An Analysis of How Video Game Loot Boxes and Advertisements Target Children with Potential Solutions.* **Artigo acadêmico**, [s.d.].

GRIFFITHS, M. 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.

KING, D. L.; DELFABBRO, P. H. *Predatory monetization schemes in video games (e.g., 'loot boxes') and internet gaming disorder.* **Addiction**, v. 113, n. 11, p. 1967-1969, 2018.

LI, W.; MILLS, D.; NOWER, L. *The relationship of loot box purchases to problem video gaming and problem gambling.* **Addictive Behaviors**, v. 97, p. 27-34, 2019.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

LIMA, Fernanda. A Regulação das Caixas de Recompensa no Direito Comparado: Lições dos Modelos Europeus para o Brasil. **Anais do Congresso Brasileiro de Direito Digital**, v. 5, p. 254-278, 2023.

LOHS, P. C. *Increasing Transparency for Consumers Showing Probabilities of Virtual Items in Loot Boxes in Digital Games*. **International Journal of Social Sciences and Economic Review**, v. 2, n. 3, p. 22-27, 2020.

MACEY, J.; HAMARI, J. *eSports, skins and loot boxes: Participants, practices and problematic behaviour associated with emergent forms of gambling*. **New Media & Society**, v. 21, n. 1, p. 20-41, 2019.

MCCAFFREY, M. *The Macro Problem of Microtransactions: The Self-Regulatory Challenges of Video Game Loot Boxes*. **Business Horizons**, v. 62, n. 4, p. 483-495, 2019.

NIELSEN, R. K. L.; GRABARCZYK, P. *Are Loot Boxes Gambling? Random reward mechanisms in video games*. **Transactions of the Digital Games Research Association**, v. 4, n. 3, p. 171-207, 2019.

SANMARTÍN, F. J., et al. *El consumo de loot boxes como una nueva forma de azar en los videojuegos*. **Adicciones**, 2021.

SANMARTÍN, F. J., et al. *Las loot boxes como modelo de monetización predatoria dentro de los videojuegos: aproximación psicoeducativa*. **Tecnología, Ciencia y Educación**, n. 20, p. 103-132, 2021.

SANMARTÍN, F. J., et al. *Risk Factors Associated with Gambling on Loot Boxes*. **Psicothema**, v. 35, n. 4, p. 397-405, 2023.

SILVA, Carolina Borges da. A Natureza Jurídica das *Loot Boxes*: Contrato Aleatório de Consumo ou Jogo de Azar? Uma Análise à Luz do Ordenamento Brasileiro. **Revista Brasileira de Direito Civil Contemporâneo**, v. 28, p. 115-142, 2022.

SPICER, S. G., et al. *Loot boxes and problem gambling: investigating the "gateway hypothesis"*. **Addictive Behaviors**, v. 133, 2022.

WARDLE, H.; ZENDLE, D. *Loot boxes, gambling, and problem gambling among young people: Results from a cross-sectional online survey*. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 24, n. 4, p. 267-274, 2021.

XIAO, L. Y. *Regulating loot boxes as gambling? Towards a combined legal and self-regulatory consumer protection approach*. **Interactive Entertainment Law Review**, v. 4, n. 1, p. 27-47, 2021.



Comissão Permanente de Direito do Consumidor

YUSOFF, A. F. J.; RAZAK, I. A. *Sharia Issues on Loot Boxes in Online Games and Esport. Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam*, v. 7, n. 1, p. 341-356, 2023.

ZENDLE, D.; CAIRNS, P. *Video game loot boxes are linked to problem gambling: results of a large-scale survey. PLoS ONE*, v. 13, n. 11, 2018.

ZENDLE, D.; CAIRNS, P. *Loot boxes are again linked to problem gambling: results of a replication study. PLoS ONE*, v. 14, n. 3, 2019.