

MICROTRANSAÇÕES E A COMPLEXIFICAÇÃO DO ECOSSISTEMA ECONÔMICO DOS JOGOS: SERIA O ECA DIGITAL SUFICIENTE PARA A PROTEÇÃO DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES FRENTE ÀS PRÁTICAS MERCANTIS NA INDÚSTRIA DE VIDEOGAMES?

MICROTRANSACTIONS AND THE INCREASING COMPLEXITY OF THE GAMING ECONOMIC ECOSYSTEM: IS THE DIGITAL STATUTE FOR CHILDREN AND ADOLESCENTS SUFFICIENT TO PROTECT CHILDREN AND ADOLESCENTS AGAINST COMMERCIAL PRACTICES IN THE VIDEO GAME INDUSTRY?

Guilherme Kazuo Rocha Ychibassi¹
Leonardo Machado Acosta²

RESUMO: O presente artigo analisa a suficiência do Estatuto Digital da Criança e do Adolescente (Lei n.º 15.211/2025) para a proteção desses sujeitos fragilizados diante das estratégias de monetização adotadas pela indústria de videogames, com destaque para as microtransações. Assim, parte-se do reconhecimento de crianças e adolescentes como consumidores hipervulneráveis e cibervulneráveis, em razão de sua condição peculiar de desenvolvimento e das assimetrias informacionais e comportamentais inerentes ao ciberespaço. Por meio do método dedutivo, com pesquisa bibliográfica e documental, examina-se a evolução do modelo econômico dos jogos eletrônicos, marcado pela adoção de moedas virtuais, múltiplos sistemas de câmbio fictício e mecanismos destinados a estimular o consumo contínuo. Constata-se que tais estratégias exploram vulnerabilidades psicológicas dos usuários, aproximando-se de práticas tradicionalmente associadas aos cassinos. Desse modo, conclui-se que, embora o ECA Digital represente importante avanço normativo, sua regulamentação específica sobre jogos eletrônicos, centrada nas loot boxes e nos mecanismos de interação entre usuários, mostra-se insuficiente para enfrentar a complexidade das atuais práticas mercantis da indústria de games, demandando aperfeiçoamento legislativo.

PALAVRAS-CHAVE: Cibervulnerabilidade; ECA Digital; Microtransações.

ABSTRACT: This article examines whether the Digital Statute for Children and Adolescents (Law n.º. 15,211/2025) provides adequate protection for these vulnerable individuals against the monetization strategies adopted by the videogame industry, with particular emphasis on microtransactions. The study is grounded in the recognition of children and adolescents as

¹ Mestrando em Direito pela Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (FCHS /UNESP) - Câmpus de Franca. Endereço institucional: Avenida Eufrásia Monteiro Petrágia, 900, Jardim Doutor Antônio Petrágia, Franca/SP. Telefone: (11) 95273-1808. E-mail: guilherme.kazuo@unesp.br

² Mestre e doutorando em direito pela Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (FCHS /UNESP) - Câmpus de Franca. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Endereço institucional: Avenida Eufrásia Monteiro Petrágia, 900, Jardim Doutor Antônio Petrágia, Franca/SP. Telefone: (16) 98863-5701. E-mail: leonardo.acosta@unesp.br

hypervulnerable and cybervulnerable consumers due to their unique developmental condition and the informational and behavioral asymmetries inherent in cyberspace. Using a deductive approach based on bibliographic and documentary research, the article analyzes the evolution of the economic model of electronic games, characterized by the adoption of virtual currencies, multiple fictional exchange systems, and mechanisms designed to encourage continuous consumption. The findings indicate that these strategies exploit users' psychological vulnerabilities, resembling practices traditionally associated with casinos. The study concludes that, although the Digital Statute for Children and Adolescents represents a significant regulatory advancement, its specific provisions regarding electronic games, focused primarily on loot boxes and user interaction mechanisms, are insufficient to address the complexity of current commercial practices within the gaming industry, thereby requiring further legislative improvement.

KEY-WORDS: Cybervulnerability; Digital statute for children and adolescents; Microtransactions.

1. INTRODUÇÃO

A indústria de *videogames* passou por profundas transformações nas últimas décadas, deixando de operar predominantemente por meio da comercialização unitária de jogos para adotar modelos econômicos contínuos, baseados em mecanismos permanentes de monetização. Nesse contexto, as microtransações assumiram papel central na dinâmica econômica do setor, sendo progressivamente incorporadas à experiência dos usuários.

Embora tais práticas representem importante fonte de receita para as desenvolvedoras, sua utilização em jogos acessados por crianças e adolescentes suscita relevantes questionamentos jurídicos. Isso porque esses sujeitos, além da vulnerabilidade inerente às relações de consumo, encontram-se em condição peculiar de desenvolvimento, circunstância que justifica o reconhecimento de sua hipervulnerabilidade e demanda especial proteção no ambiente digital.

A promulgação da Lei n.º 15.211/2025, denominada Estatuto Digital da Criança e do Adolescente, representa importante avanço normativo ao estabelecer deveres específicos voltados à proteção infantojuvenil no ciberespaço. Contudo, diante da crescente complexificação das estratégias de monetização adotadas pela indústria de *games*, questiona-se se o novo diploma normativo é suficiente para assegurar proteção efetiva contra práticas mercantis potencialmente exploratórias.

Assim, o presente estudo busca responder ao seguinte problema de pesquisa: o Estatuto Digital da Criança e do Adolescente oferece instrumentos adequados para proteger crianças e

adolescentes frente às microtransações e às novas dinâmicas econômicas presentes nos jogos eletrônicos?

Parte-se da hipótese de que, embora o ECA Digital represente avanço relevante na tutela de crianças e adolescentes no ambiente digital, sua disciplina específica sobre jogos eletrônicos revela-se insuficiente para enfrentar a complexidade das atuais estratégias de monetização empregadas pela indústria de videogames.

Para tanto, adota-se o método dedutivo, mediante pesquisa bibliográfica e documental, com análise da legislação aplicável, da doutrina especializada e da jurisprudência pertinente. O artigo estrutura-se em três partes: inicialmente, examina-se a condição de vulnerabilidade de crianças e adolescentes nas plataformas de videogames; em seguida, analisam-se as microtransações e a evolução da economia dos jogos; por fim, realiza-se uma análise crítica da abrangência e das limitações do Estatuto Digital da Criança e do Adolescente diante do atual paradigma da indústria de *games*.

2. CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMO SUJEITOS CIBERVULNERÁVEIS NAS PLATAFORMAS DE VIDEOGAMES

Ao buscar dirimir qualquer dinâmica de consumo, faz-se necessário em um primeiro momento destacar o fato de que os consumidores são presumidamente vulneráveis na relação jurídica que ocupam frente aos fornecedores. Essa presunção absoluta é o pilar mestre da legislação consumerista que fundamenta seu espírito protetivo e justifica o surgimento de um estatuto jurídico próprio para proteção de determinados indivíduos (Tartuce; Neves, 2018). Nesse sentido, Cavalieri Filho destaca que “A vulnerabilidade, portanto, é o requisito essencial para a formulação de um conceito de consumidor; está na origem da elaboração de um Direito do Consumidor; e a espinha dorsal que sustenta toda a sua filosofia.” (Cavalieri Filho, 2019, p. 20).

Didaticamente, tal condição, entendida como inerente à própria posição de consumidor (Santos; Vasconcelos, 2018, p. 23), costuma ser subdividida em ao menos três formas de exteriorização no plano material: a vulnerabilidade fática, a jurídica e a técnica. Essas modalidades correspondem a aspectos centrais em que o consumidor se encontra em posição de acentuada fragilidade em relação ao fornecedor, demandando, por isso, tutela diferenciada para assegurar uma proteção efetiva e adequada. Assim também entendem Grinover *et al.*:

Por ter a vulnerabilidade do consumidor diversas causas, não pode o Direito proteger a parte mais fraca da relação de consumo somente em relação a alguma ou mesmo a algumas das facetas do mercado. Não se busca uma tutela manca do consumidor. Almeja-se uma proteção integral, sistemática e dinâmica. E tal requer o regramento

de todos os aspectos da relação de consumo, sejam aqueles pertinentes aos próprios produtos e serviços, sejam outros que se manifestam como verdadeiros instrumentos fundamentais para a produção e circulação destes mesmos bens: o crédito e o marketing. (Grinover *et al.*, 2019, p. 63)

Em razão da transformação e complexificação das relações sociais e de consumo, tornou-se evidente que determinados consumidores, ou mesmo grupos específicos, apresentam condições particulares que intensificam sua situação de fragilidade, extrapolando o padrão de vulnerabilidade tradicionalmente atribuído ao consumidor médio, sendo então reconhecidos como hipervulneráveis.

Nesse contexto, observa-se um progressivo agravamento da posição do consumidor na contemporaneidade. A desigualdade estrutural entre os polos da relação de consumo, já reconhecida pelo ordenamento jurídico desde o século passado, não apenas se aprofunda, mas também passa a manifestar novas configurações, expandindo-se de maneira significativa e assumindo contornos que escapam à sua concepção originária. Como consequência, a vulnerabilidade deixa de ser um traço uniforme e passa a comportar gradações mais intensas, legitimando o desenvolvimento da categoria da hipervulnerabilidade. Nessa linha, Carvalho e Oliveira assinalam que “Quanto mais a sociedade de consumo se expande e se especializa, mais se agrava a debilidade do consumidor. É nessa trilha que hoje chegamos à era das hipervulnerabilidades.” (Carvalho; Oliveira, 2015, p. 218-219).

A condição de agravamento da vulnerabilidade, ou hipervulnerabilidade, já vem sendo reconhecida para diversos grupos de consumidores. No âmbito da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, à título de exemplificação, já foi reconhecida a hipervulnerabilidade de idosos no REsp n. 1.986.398/MT, pessoa com deficiência no REsp n. 931.513/RS e doentes celíacos no EREsp n. 1.515.895/MS. Ainda, em razão do escopo deste trabalho, destaca-se o reconhecimento das crianças e adolescentes como consumidores hipervulneráveis, nos acórdãos proferidos nos REsp n. 1.793.332/MG e REsp n. 1.188.105/RJ.

Quando figuram como consumidores, crianças e adolescentes apresentam mais fragilidades, sobretudo em razão de sua condição de desenvolvimento (Miotto, 2023), em razão de sua “formação física, intelectual e psicológica ainda incompleta, motivo pelo qual seu discernimento é reduzido (limitado)” (Silva; Silva, 2019, p. 208), dificultando sua compreensão sobre a complexidade das mensagens mercadológicas (Carvalho; Oliveira, 2015) e não possuindo plenas condições de “mensurar se determinado objeto ou material coloca sua vida ou segurança em risco.” (Miotto, 2023, p. 5).

Todos esses fatores agravam as diversas vulnerabilidades das crianças e adolescentes nas relações consumeristas que ocupam, o que justifica o reconhecimento da

hipervulnerabilidade desse grupo de consumidores. Nesse sentido também é o entendimento de Carvalho e Oliveira:

Diante da realidade, impõe-se o reconhecimento de que as crianças estão em posição de maior debilidade em relação à vulnerabilidade reconhecida ao consumidor-padrão. Cuida-se de uma vulnerabilidade fática (física, psíquica e social) agravada ou dupla vulnerabilidade, isto é: o consumidor criança, em razão de suas qualidades específicas (reduzido discernimento, falta de percepção) são mais susceptíveis aos apelos dos fornecedores. Essa vulnerabilidade em relação à atuação negocial dos fornecedores no mercado ocorre principalmente por intermédio da publicidade infantil e das avançadas técnicas de marketing. (Carvalho, Oliveira, 2015, p. 224).

Ainda, merece destaque o fato de que, no ciberespaço, ambiente digital interconectado, as vulnerabilidades dos consumidores assumem novos contornos e se intensificam. Tal agravamento decorre de diversos fatores, dentre os quais se destacam: a própria arquitetura desse ambiente digital, modelada por fornecedores e grandes empresas de tecnologia de forma a atender prioritariamente aos seus interesses, muitas vezes em detrimento dos usuários consumidores (Acosta; Barbosa, 2025); a adoção de uma nova “performance mercadológica” (Santos; Vasconcelos, 2018, p. 22), orientada ao perfilamento mediante coleta e tratamento de dados pessoais, bem como à “mercantilização da experiência e dos modos de vida” (Coelho; Ayala, 2019, p. 250), característica marcante do capitalismo de vigilância (Zuboff, 2021); e, ainda, o desconhecimento técnico dos consumidores acerca das formas seguras de ingresso, permanência e interação nesse ambiente digital.

Assim, verifica-se uma nova forma de agravamento das vulnerabilidades consumeristas, a cibervulnerabilidade, a qual:

trata-se da hipervulnerabilidade do consumidor ocasionada pela maior fragilidade deste sujeito nas relações consumeristas estabelecidas no ciberespaço diante da existência de mais incertezas, riscos e ocorrências de danos neste ambiente, o que aumenta a distância de poder entre o consumidor e o fornecedor e exige meios mais robustos para a proteção do consumidor e reestabelecimento da igualdade material na relação de consumo. Assim, passemos à análise pormenorizada dos elementos que compõem tal conceito. (Acosta, 2025, p. 105)

A cibervulnerabilidade não exclui as formas clássicas de vulnerabilidade ou hipervulnerabilidade, mas representa seu agravamento diante das características estruturais do ciberespaço, especialmente em razão da opacidade algorítmica, do tratamento massivo de dados e da arquitetura das plataformas digitais.

Grande parte dos jogos eletrônicos fazem parte do ciberespaço, ambiente no qual expandiram sua influência, “de modo que quanto mais avançados tecnologicamente se tornam mais acessíveis e mais lucrativos.” (Pinheiro; Lopes, 2024, p. 192). Assim, a conexão entre jogadores nesse ambiente digital por meio da internet originou a possibilidade de se “criar um

mundo persistente, paralelo, que está sempre ativo, e com isso a necessidade de estar on-line pelo maior tempo possível.” (Picon, 2025, p. 47).

Diante desse cenário, verifica-se a soma e o agravamento das mais diversas formas de vulnerabilidade, incluindo-se a vulnerabilidade informacional e a algorítmica (Verbicaro; Vieira, 2021). Nesse contexto, crianças e adolescentes, além de figurarem como presumidamente vulneráveis à luz do Código de Defesa do Consumidor, merecem ser reconhecidos, em razão de suas características peculiares, como sujeitos hipervulneráveis. Ademais, quando a relação de consumo se desenvolve no ciberespaço, qualificam-se também como cibervulneráveis, diante da intensificação dos riscos e assimetrias próprias do ambiente digital. Nesse sentido, mostra-se relevante o questionamento levantado por Konder e Konder:

Por exemplo, se agora todo consumidor é vulnerável, e o consumidor criança e o consumidor idoso são hipervulneráveis, quando estivermos diante de uma criança com sensibilidades alimentares, um idoso com deficiência visual ou um paciente médico em estado terminal, seria necessária a construção de mais uma categoria, um *übevulnerável*? (Konder; Konder, 2021, p. 63)

Tal problemática assume contornos ainda mais sensíveis no âmbito das plataformas de *videogames* contemporâneas. Diferentemente do paradigma tradicional de comercialização de jogos eletrônicos, marcado pela aquisição unitária do produto, a indústria de *games* passou a operar progressivamente a partir de modelos econômicos contínuos, estruturados sobre mecanismos permanentes de monetização, retenção de usuários e estímulo ao engajamento prolongado. Nesse contexto, elementos como moedas virtuais, passes de batalha, recompensas sazonais e microtransações são incorporados ao próprio *design* da experiência lúdica, dificultando a distinção entre entretenimento e incentivo ao consumo. Além disso, tais práticas frequentemente se desenvolvem mediante arquiteturas digitais persuasivas e mecanismos algorítmicos voltados à maximização do tempo de permanência e da interação dos usuários nas plataformas, intensificando as assimetrias informacionais e comportamentais existentes nas relações de consumo estabelecidas no ciberespaço.

Quando direcionadas ou acessadas por crianças e adolescentes, essas dinâmicas tornam-se especialmente problemáticas, pois atingem sujeitos que já se encontram em condição de hipervulnerabilidade e cibervulnerabilidade. Tal cenário demanda a construção de mecanismos protetivos capazes de enfrentar não apenas conteúdos inadequados ou riscos tradicionais do ambiente virtual, mas também práticas mercantis integradas à própria arquitetura das plataformas digitais. Como forma de resposta a esse contexto, foi elaborada a Lei n.º 15.211/2025 (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente), a qual será analisada no presente trabalho com a finalidade de verificar se seus instrumentos são suficientes para

enfrentar as novas dinâmicas econômicas da indústria de *videogames*, especialmente no que se refere às microtransações e à exploração das vulnerabilidades infantojuvenis no ciberespaço.

3. AS MICROTRANSAÇÕES E A COMPLEXIFICAÇÃO DA ECONOMIA DOS JOGOS

Desde o surgimento dos *videogames*, o setor tem passado por diversas mudanças, tanto no aspecto tecnológico, quanto no aspecto comercial. Em primeiro momento, os jogos eletrônicos consistiam no produto final e completo, isto é, ao adquirir a sua mídia física, o jogador teria acesso integral ao seu conteúdo. Entretanto, em 1997, surge o fenômeno das DLCs (*downloadable contents*), facilitado pela ampla difusão do uso civil da *internet*, o qual consistia no acréscimo de novas atividades e mapas aos jogos mesmo após o seu lançamento (Silva, 2023, p. 18). Essa adição posterior de conteúdos se popularizou rapidamente, uma vez que os jogadores podiam receber novas atualizações sem sair de sua residência e por uma fração do preço de um jogo novo (Izidorio, 2024, p. 19).

Assim, observando o sucesso das expansões dos jogos após a sua compra, as desenvolvedoras decidiram inovar e adicionar itens meramente cosméticos para serem comprados do mesmo modo que as DLCs. Assim, as empresas não estavam mais oferecendo um conteúdo jogável, mas sim um produto unicamente estético, o qual não tinha impacto nenhum na jogabilidade caso os usuários não desejassem adquiri-lo (Silva, 2023, p. 20). Para a surpresa das desenvolvedoras, essa modalidade de mercadoria digital atingiu um enorme número de vendas, conquistando o seu lugar de uma das maiores fontes de renda das produtoras de *videogames* durante muitos anos, motivo pelo qual as DLCs são consideradas precursoras das microtransações (Izidorio, 2024, p. 20).

Com o avanço da capacidade de processamento dos consoles e computadores, aliado ao aumento de qualidade das redes de *internet*, os jogos deixaram de ser *single player* e passaram a admitir que pessoas em diferentes localidades jogassem simultaneamente dentro de um mesmo servidor (*multiplayer*). Junto a essa mudança, os jogos eletrônicos deixam de ser apenas um programa estático e tornam-se *live services platforms*, nas quais sempre são adicionados novos objetivos, mapas e modos de jogo para que o *game* se mantenha relevante no mercado, além de acrescentar, com muita frequência, novos produtos a serem adquiridos mediante microtransações, permitindo assim um faturamento contínuo da marca (Rissanen, 2021, p. 2).

Nesse sentido, após esse breve retrospecto histórico, faz-se crucial definir o que são as microtransações. As microtransações são, nas palavras de Rui Tinoco, todos os

comportamentos de consumo no interior dos jogos (2025, p. 12). Em um aspecto mais amplo, Fantini, Fantini e Garrocho discorrem:

[...] as microtransações correspondem a todas as transações realizadas dentro dos jogos digitais, ou seja, são formas de adquirir, mediante pagamento em dinheiro real, itens de jogo (cosméticos ou funcionais), regalias, melhoramentos ou moedas de jogo (como gemas) para adquirir esses itens (Fantini; Fantini; Garrocho, 2019, p. 1254)

Em suma, pode-se definir as microtransações como todas as operações realizadas dentro dos *videogames*, nas quais serão despendidos valores reais em troca de moeda fictícia ou demais conteúdos do jogo, culminando na criação de uma economia digital inerente aos jogos.

Ante o exposto, uma vez superada a controvérsia acerca das *loot boxes*³ através de sua regulamentação pelo ECA digital (Lei nº 15.211/2025), afunila-se o escopo do presente trabalho na complexificação da economia dos jogos, em especial no câmbio fictício. Isso porque, ao observar de forma superficial o cenário recente da indústria, pode parecer que corresponde a uma demanda orgânica advinda dos jogadores, todavia, através de análise aprofundada, é possível notar que essa realidade financeira virtual foi meticulosamente planejada pelas desenvolvedoras de *games*. Nesse sentido, após a padronização das plataformas de jogos alicerçadas quase que exclusivamente em microtransações, nota-se uma semelhança entre as estratégias adotadas pelas empresas de *videogames* e os cassinos.

Não é segredo que os cassinos planejam todos o seu *design* com base no psicológico de seus frequentadores, motivo pelo qual todos os elementos presentes no estabelecimento são calculados, desde o número de janelas e relógios limitados para evitar qualquer noção de passagem de tempo, até o posicionamento dos banheiros nas áreas mais distantes das saídas para que o frequentador seja forçado a caminhar por entre as máquinas e jogos e ativar o seu interesse, cujo objetivo final é incentivar o gasto em apostas (Healy; Martino; Mason, 2025, p. 2). De mesmo modo, a conversão de dinheiro real por fichas de poker também é uma manobra para aumentar os ganhos da “casa”, visto que a separação dos apostadores e o valor verdadeiro que estão despendendo resulta em uma menor percepção do prejuízo (Healy; Martino; Mason, 2025, p. 3).

Nesse contexto, a grande maioria dos *games* do mercado criaram seus próprios valores monetários para serem utilizados dentro do servidor denominada moeda virtual de fluxo unidirecional (Alcântara, 2024), a qual consiste em “uma forma de dinheiro conectada à um jogo ou uma série de jogos específicas, usadas para compras dentro destes. Uma vez comprada,

³ *Loot boxes* ou, traduzido para o português, caixa de recompensas, são pacotes virtuais disponíveis para compra através de microtransações em jogos eletrônicos. Ao adquirir o conteúdo, o jogador não sabe o que receberá, sendo os itens distribuídos de forma aleatória (Fantini; Fantini; Garrocho, 2019).

não pode ser convertida novamente para moeda real” (Gibson *et al*, 2022, p. 2, tradução nossa)⁴. Ainda que pareça uma forma de aumentar a imersão dos consumidores na experiência do jogo, esse câmbio fictício nada mais é do que uma prática de distanciamento entre o jogador e o dinheiro autêntico, assim como ocorre nos cassinos.

Desta forma, inspirados nas tradicionais casas de apostas, os *videogames* foram capazes de aprofundar ainda mais essa separação entre o real e o virtual, aumentando a complexidade de seu ecossistema econômico *in game* com a criação de diversos câmbios diferentes dentro de um mesmo jogo, isto é, um mesmo jogo pode possuir mais de um valor monetário vigente para aquisição de conteúdos. Nesse sentido traz Leonardo Novaes Izidorio:

A conversão mencionada não ocorre apenas uma vez entre uma quantia real e uma moeda virtual, mas entre diversos tipos diferentes de crédito, cada um utilizado para uma compra específica, sendo comum que jogos possuam mais de uma dezena de variações destes créditos, o que acentua os objetivos anteriormente relatados (Izidorio, 2024, p. 26)

A título exemplificativo, é como se cassinos tivessem fichas diferentes para cada setor de seu empreendimento. Nesse caso hipotético, haveriam as tradicionais fichas para apostas em jogos, entretanto, também haveriam fichas para o consumo de comidas e bebidas, as quais não poderiam ser adquiridas diretamente com dinheiro real, mas apenas com fichas de jogos. Nos *videogames* atuais, essa já é realidade.

Para evidenciar tal fenômeno, podemos observar o jogo Brawl Stars (Supercell, 2018), no qual ocorre a adoção de quatro valores monetários distintos: blings, moedas, gemas e pontos de poder. Um jogador que deseja adquirir um conteúdo se depara com esse intrincado sistema financeiro fictício, no qual gemas, somente podem ser adquiridas através da compra com dinheiro real, a uma conversão de dezenove centavos por gema; e moedas, blings e pontos de poder, podem ser adquiridos com o uso de gemas, a uma média de conversão de uma gema por 12,3 moedas, ou como recompensas de partidas. Face a este cenário, tem-se que cada valor *in game* somente pode ser utilizado para compra de itens específicos, havendo ainda a possibilidade de uma melhoria estar condicionada à combinação de mais de um câmbio para o seu desbloqueio.

O aumento de etapas para alcançar o produto final facilita a suscetibilidade do consumidor gastar mais dinheiro em produtos digitais, posto que é capaz de distanciar o consumidor ao máximo do valor original despendido (Hart, 2017, p. 99), em especial quando a conversão de uma moeda acarreta uma quantidade maior de outro valor. Pautado nesse

⁴ Tradução nossa do original: ““A form of money connected to a specific game or game series, used for in-game purchases. Once purchased, it cannot be exchanged back into real-world currency”

comportamento que Raghubir e Srivastava, ao estudarem a percepção de valor das pessoas quanto ao dinheiro estrangeiro, concluíram que turistas tendem a gastar mais quando a sua moeda de origem corresponde a uma fração da moeda local, pois sentem que o seu dinheiro tem maior valor (2002).

Tomando como base o estudo retrocitado, Justin Fang, decidiu analisar se o mesmo efeito psicológico se aplicaria aos câmbios fictícios dos jogos. Ao final de sua pesquisa, foi possível concluir que os jogadores possuem maior tendência em gastar dinheiro em jogos quando o montante adicionado em dinheiro real é convertido em maior quantidade de valor virtual, isto é, quando a moeda *in game* corresponde a uma fração do valor da moeda real (2019, p. 27). Apesar dos resultados demonstrarem que as despesas dos consumidores tendem a ser menores quando o câmbio fictício corresponde a um múltiplo do valor monetário de origem, o autor discorre sobre a possibilidade de manobrar essa percepção através da adição de uma moeda intermediária:

Neste cenário, um desenvolvedor de jogos pode permitir que o jogador adquira uma moeda intermediária que seja um múltiplo em relação à moeda local ou ao dólar americano. Por exemplo, a proporção poderia ser de US\$ 1 para 80 unidades da moeda do jogo. No entanto, a moeda intermediária deve, então, ser combinada para adquirir a moeda de compra em uma proporção tal que a moeda de compra seja uma fração do dólar americano. Seguindo o exemplo listado acima, a taxa de conversão poderia ser tal que 100 moedas internas intermediárias equivaleriam a 1 moeda de compra do jogo (Fang, 2019, p. 27)⁵

Assim, é notório que as empresas se aproveitam do fenômeno dinheiro do Monopoly⁶ para que seus jogadores possam injetar uma maior quantidade de dinheiro no *game*, todavia, sem notar o valor real sendo utilizado cada vez que uma compra interna é realizada com o câmbio ficto, já que essa conversão confere uma falsa ilusão de abundância.

Além da estratégia de conversão em si, é preciso analisar também o modo que esses valores virtuais são adquiridos e as estratégias praticadas pelo mercado durante essas operações. Para a aquisição dessas moedas *in game*, é preciso que os jogadores selecionem o pacote (*bundle*) desejado e finalizem a microtransação com a forma de pagamento desejada. Ocorre que esses pacotes, os quais são o único meio de obtenção do câmbio do jogo, possuem

⁵ Tradução nossa do original: "In this scenario, a game developer can allow for the gamer to purchase an intermediate in-game currency that is a multiple compared to the home currency, or the US Dollar. For example, the ratio could be \$1USD for 80 of the in-game currencies. However, the intermediate currency has to then be combined to form the purchasing currency in such a ratio that the purchasing currency is a fraction of that of the US Dollar. Following up on the example listed above, the conversion rate could be such that 100 intermediate in-game currencies is equal to 1 purchasing in-game currency"

⁶ O fenômeno dinheiro do Monopoly consiste no comportamento apresentado por pessoas em viagem à uma nação distinta da sua, que, em razão de diversos fatores psicológicos, tendem a tratar os valores monetários do exterior como dinheiro de "brincadeira", assim como no jogo de tabuleiro Monopoly. Assim, alienada do real valor daquele câmbio, a pessoa nesta situação despende mais dinheiro durante a sua estadia em terras estrangeiras.

quantidade de recursos e valores fixos, não sendo possível que o consumidor compre as moedas de forma individual ou na quantidade desejada, ficando restrito à escolha da empresa (Izidorio, 2024, p. 22).

Em razão dessa limitação de opções por parte do fornecedor, que detém o monopólio destes ativos, todos aqueles que desejam comprar as moedas virtuais devem se sujeitar a tais imposições definidas de forma arbitrária pelas desenvolvedoras, posto que não há qualquer fator externo que interfira em seu preço (Hart, 2017, p. 100). Tal prática revela-se evidente no *League of Legends* (Riot Games, 2009), cujo principal valor monetário são os Riot Points (RP). Dentro do jogo os seus principais produtos, as *skins*⁷, são vendidos nas faixas de 750 RP, 975 RP, 1350 RP, 1820 RP e 3250 RP, a depender da raridade de cada item. Em contrapartida os pacotes (*bundles*) de obtenção de Riot Points são oferecidos nas seguintes quantidades: 575 RP, 1380 RP, 2800 RP, 6500 RP, 13500 RP, 33500 RP e 60200 RP. Nesse sentido, destaca Justin Fang:

Outro ponto interessante a ser observado é como os preços de compra em Riot Points para os pacotes e itens não condizem com a quantidade de Riot Points que você pode obter por compra. Dessa forma, após a conclusão das compras, o saldo de Riot Points nunca chega totalmente a zero (Fang, 2019, p. 8, tradução nossa)⁸

Essa tática engendrada pelas empresas é proposital, pois, os pacotes de câmbio fictício são vendidos de forma que os valores não sejam exatos para a compra de um conteúdo dentro do jogo, induzindo o *player* a realizar uma nova microtransação para não ficar com dinheiro ocioso em sua conta.

Esse fenômeno psicológico – amplamente adotado pelos jogos – é denominado a falácia do *sunk-cost*. Essa ideia é pautada na sensação do jogador de que já investiu muito tempo e dinheiro no jogo, e, caso deixe de jogar ou de pagar, haverá perdido tudo aquilo que já foi gasto (Fantini; Fantini; Garrocho, 2019, p. 1254). Ou seja, quando o consumidor que comprou um pacote de moedas, depois de obter o produto desejado, percebe que há um valor remanescente em sua conta, tem uma percepção de que detém um capital que está sendo desperdiçado ao não ser utilizado, uma vez que pagou pelo valor integral daquele câmbio fictício. Deste modo, o jogador, ainda que implicitamente, é compelido à adquirir mais um pacote de moedas virtuais, entrando em um ciclo vicioso de microtransações, pois sempre haverá um saldo restante.

⁷ As *skins* podem ser definidas como itens obtidos dentro de um jogo que modificam a aparência do personagem (Tinoco, 2025, p. 15). Esse produto pode ser meramente cosmético, cujo papel será decorativo e, a depender do caso, para se enquadrar em um *status* social dentro do *game*, ou poderá ser funcional, no qual o conteúdo obtido fornece uma vantagem real na jogabilidade.

⁸ Tradução nossa do original: “Another interesting point to note is how the purchasing prices in Riot Points for the bundles and items do not factor into the amount of Riot Points you can obtain per purchase. As such, upon the completion of purchases, the balance of Riot Points does not ever go all the way down to zero”

Assim, nota-se que a complexificação da economia dos jogos e dos sistemas de microtransações não se trata apenas de uma evolução natural decorrente da atualização das novas gerações de jogos, mas sim uma estratégia consciente das desenvolvedoras para aumentar o seu faturamento através de técnicas psicológicas conhecidas – inclusive utilizadas em cassinos – para iludir os seus jogadores dos gastos reais mesmo sabendo que uma parte significativa de seu público consiste em crianças e adolescentes.

4. A ABRANGÊNCIA E LIMITAÇÕES DO ECA DIGITAL FRENTE AO PARADIGMA ATUAL DA INDÚSTRIA DE GAMES: UMA ANÁLISE CRÍTICA

Diante da consolidação do entendimento de crianças e adolescentes como sujeitos hipervulneráveis no ambiente informático, o Congresso Nacional promulgou a Lei n.º 15.211/2025, cuja redação ficou conhecida como o Estatuto Digital da Criança e do Adolescente. A referida legislação surge como um marco legal para proteger o público jovem na esfera cibernética (Pinheiro, 2026, p. 224), tecendo normas para regulamentação do acesso a determinados espaços da rede, bem como outros aspectos das práticas *online*. Entretanto, sua relevância não se deve pela positivação da proteção de menores, visto que o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n.º 8.069/90) e o Marco Civil da Internet (Lei n.º 12.965/2014) já asseguravam tais garantias, mas sim pelo estabelecimento de mandamentos obrigatórios e comissivos para as empresas que atuam na *internet*. Nas palavras de Lavagnoli, Filho e Silva:

Sob essa perspectiva, a inovação mais relevante da Lei n.º 15.211/2025 não reside na criação de novos deveres formais de informação, mas igualmente no que toca à imposição de obrigações positivas aos fornecedores, especialmente no que se refere à adequação etária, à mitigação de riscos e à proteção de crianças e adolescentes contra conteúdos, produtos e serviços inadequados ou proibidos. Trata-se, portanto, de um deslocamento normativo que sai de cena uma lógica fundada exclusivamente em consentimento e informação formal, e ganha centralidade uma lógica orientada pela prevenção e pela responsabilidade estrutural dos agentes econômicos (Lavagnoli; Filho; Silva, 2025, p. 55)

Nesse sentido, o ECA Digital traz em seu Art. 4º os fundamentos da utilização de produtos ou serviços de tecnologia da informação por crianças e adolescentes, os quais podem ser compreendidos como princípios norteadores quando da interpretação dos dispositivos da referida legislação. Dentre os fundamentos estabelecidos é possível citar: a garantia da proteção integral, a condição peculiar de pessoa em desenvolvimento biopsicossocial e o respeito à autonomia, o desenvolvimento progressivo do indivíduo e a proteção contra a exploração comercial (Brasil, 2025). Nessa perspectiva, a Lei n.º 15.211/2025 ao elencar os seus princípios, garante que sua *mens legis* seja respeitada, isto é, assegura que “o progresso tecnológico não se

sobreponha à dignidade da pessoa em desenvolvimento, consolidando o ambiente digital como um espaço de fomento ao direito, e não de mitigação de garantias” (Lopes; Novais, 2026, p. 7).

Ademais, a nova norma de proteção juvenil também se debruçou sobre diferentes setores da *web* na tentativa de garantir um ambiente adequado e transparente para as crianças e adolescentes (Pinheiro, 2026, p. 274), sendo exemplos notórios a publicidade infantil em meio digital, as redes sociais e a proteção de dados pessoais, impondo aos fornecedores a adoção de medidas efetivas visando a auferição de idade, controle parental e governança. Outrossim, o amplo escopo do ECA Digital foi proposital, já que o seu objetivo é o de abranger todos os espaços da *internet* que podem acarretar riscos à crianças e adolescentes, repartindo a responsabilidade entre o Estado, as empresas e os responsáveis legais dos menores (Lopes; Novais, 2026, p. 5).

Apesar de ser um marco legislativo importante para a proteção de jovens hipervulneráveis no âmbito cibernético, tem-se que a Lei n.º 15.211/2025 foi bastante reducionista no tocante à regulamentação dos *videogames*. Isso porque os legisladores limitaram os riscos do setor de jogos eletrônicos ao fenômeno das *loot box* e dos *chats*, demonstrando total ignorância quanto aos demais aspectos predatórios da indústria de *games*.

Deste modo, observa-se que o Capítulo VII do Estatuto Digital da Criança e do Adolescente, o qual versa sobre os jogos eletrônicos, é notavelmente enxuto, consistente em apenas dois artigos, sendo eles:

Art. 20. São vedadas as caixas de recompensa (*loot boxes*) oferecidas em jogos eletrônicos direcionados a crianças e a adolescentes ou de acesso provável por eles, nos termos da respectiva classificação indicativa.

Art. 21. Os jogos eletrônicos direcionados a crianças e a adolescentes ou de acesso provável por eles que incluam funcionalidades de interação entre usuários por meio de mensagens de texto, áudio ou vídeo ou troca de conteúdos, de forma síncrona ou assíncrona, deverão observar integralmente as salvaguardas previstas no art. 16 da Lei nº 14.852, de 3 de maio de 2024, especialmente no que se refere à moderação de conteúdos, à proteção contra contatos prejudiciais e à atuação parental sobre os mecanismos de comunicação.

Parágrafo único. Os jogos de que trata o caput deste artigo deverão, por padrão, limitar as funcionalidades de interação a usuários, de modo a assegurar o consentimento dos pais ou responsáveis legais (Brasil, 2025).

Com base nestes poucos dispositivos, em especial o Art. 20 do ECA Digital, a legislação protetiva revela-se insuficiente frente à realidade do cenário atual dos *videogames*, uma vez que as caixas de recompensas são nocivas aos jovens por se assemelharem à apostas (Fantini; Fantini; Garrocho, 2019), todavia, os riscos da indústria de jogos não se exaurem nelas.

Conforme explanado no terceiro capítulo deste estudo, há diversas práticas predatórias engendradas pelas desenvolvedoras de jogos que vão muito além da mera semelhança com jogos de azar, visto que as empresas do mercado de *games* implementam em seus produtos as

mesmas estratégias adotadas por cassinos (Alcântara, 2024, p. 26). Essas táticas se traduzem na criação de câmbios fictícios próprios, ressaltando que a maioria dos jogos possuem mais de um valor monetário vigente dentro de suas plataformas, bem como na forma de comércio dessas moedas, as quais raramente podem ser adquiridas fora de pacotes de valores (Fang, 2019).

Nessa toada, a análise de José Luiz de Moura Faleiros Júnior é acertada ao discorrer que os fundamentos norteadores do ECA digital deslocam o eixo do debate, fazendo com que a discussão não seja apenas se as *loot boxes* são considerados jogos de azar ou não, mas sim “verificar se o design e o modelo de negócios são compatíveis com o patamar mínimo de tutela exigido pelo ordenamento em matéria de infância e adolescência” (Júnior, 2025, p. 9). Essa verificação de compatibilidade com o ordenamento jurídico pátrio deveria ter sido replicada para as demais práticas das desenvolvedoras no tocante aos jogos eletrônicos e positivadas no Capítulo VII da Lei n.º 15.211/2025, já que a muitas delas se aproveitam de vulnerabilidades psicológicas dos jogadores, em especial crianças e adolescentes que são mais suscetíveis (Silva; Silva, 2019), para induzi-los a gastar altas quantias através de microtransações.

Isto posto, quando o ECA digital estabelece em sua redação a garantia de proteção integral e de proteção contra a exploração comercial de menores (Brasil, 2025), entende-se que quaisquer práticas contrárias a tais fundamentos deveriam ser regulamentadas por seus dispositivos, porém, isso não se traduz na realidade. É cediço que a promoção de estratégias de casas de aposta em jogos eletrônicos vai de encontro com a ideia de proteção integral das crianças e adolescentes, visto que utilizam “gatilhos” psicológicos para incentivar o gasto dos jogadores, acarretando riscos ainda mais severos em jovens cujo discernimento intelectual ainda não se consolidou integralmente (Silva; Silva, 2019).

Do mesmo modo, é preciso destacar que a complexificação do ecossistema econômico dos jogos é uma conduta deliberada das desenvolvedoras, mascaradas por um falso pretexto de imersão no contexto do *game*. Ocorre que na verdade, conforme já demonstrado, a criação de diferentes valores monetários fictos, atribuição de diferentes taxas de conversão e a venda de moedas estritamente por meio de *bundles*, tem como única finalidade a indução dos consumidores à realização de microtransações e o aumento de sua receita (Izidorio, 2024, p. 115), violando frontalmente o fundamento de proteção contra a exploração comercial de menores.

Desta forma, tem-se que o Legislativo ao promulgar a Lei n.º 15.211/2025 se propôs a regulamentar as mais diversas searas do ambiente virtual, inclusive os jogos eletrônicos, todavia, sem conhecimento aprofundado suficiente destas plataformas, sua redação mostrou-se precária, pois sua extensão prática não reflete a ampla abrangência de seus princípios protetivos.

Assim, ainda que se reconheça a importância do ECA Digital, não é possível afirmar que tenha concretizado seu objetivo de proteção integral dos menores contra táticas comerciais abusivas, uma vez que, no âmbito dos *videogames*, foi omissa no tocante às diversas práticas predatórias das desenvolvedoras que induzem crianças e adolescentes à despendar dinheiro em suas plataformas, revelando-se insuficiente.

5. CONCLUSÃO

A análise realizada permite concluir que o Estatuto Digital da Criança e do Adolescente representa importante avanço normativo ao reconhecer a necessidade de proteção específica de crianças e adolescentes no ambiente digital e ao impor deveres positivos aos agentes econômicos que nele atuam.

Entretanto, no que se refere aos jogos eletrônicos, a opção legislativa por concentrar a regulamentação nas *loot boxes* e nos mecanismos de interação entre usuários mostrou-se insuficiente diante da complexidade das atuais estratégias de monetização da indústria de games.

Verificou-se que a utilização de múltiplas moedas virtuais, sistemas de câmbio fictício e modelos de comercialização estruturados em microtransações constitui parte integrante de uma arquitetura econômica voltada à intensificação do consumo, explorando assimetrias informacionais e vulnerabilidades comportamentais dos usuários.

Nesse cenário, a ausência de disciplina específica sobre tais práticas compromete a efetividade do princípio da proteção integral e do dever de prevenção à exploração comercial de crianças e adolescentes previstos no próprio ECA Digital.

Conclui-se, portanto, que a tutela jurídica das relações de consumo estabelecidas nas plataformas de *videogames* demanda o aperfeiçoamento do marco regulatório vigente, de modo a abranger não apenas mecanismos expressamente assimilados aos jogos de azar, mas também estratégias mercantis que, embora menos evidentes, produzem efeitos igualmente relevantes sobre sujeitos em peculiar condição de desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

ACOSTA, Leonardo Machado. **Cibervulnerabilidade**: a vulnerabilidade agravada dos consumidores no ciberespaço. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2025.

ACOSTA, Leonardo Machado; BARBOSA, Agnaldo de Sousa. Entre normas e códigos: uma reflexão sobre a regulamentação do ciberespaço. **Revista de Direito e as Novas Tecnologias**, v. 29, out-dez./2025.

ALCÂNTARA, Thayse Duarte. **Além do código, por trás dos doces: a relação entre financeirização e game design no jogo freemium candy crush saga**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação em Mídias Digitais) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2024.

BRASIL. **Lei n.º 15.211, de 17 de setembro de 2025**. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente). Brasília, DF: Presidência da República, 2025. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/115211.htm. Acesso em: 01 maio 2026.

CARVALHO, Diógenes Faria de; OLIVEIRA, Thaynara de Souza. A categoria jurídica de ‘consumidor-criança’ e sua hipervulnerabilidade no mercado de consumo brasileiro. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, vol. V, n. 17, mar. 2015.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

COELHO, Mariana Carvalho Victor; AYALA, Patryck de Araujo. A hipervulnerabilidade do consumidor idoso e sua tendência ao superendividamento no contexto de uma sociedade do hiperconsumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, vol. 121/2019, p. 247-275, jan.–fev. 2019.

FANG, Justin. **In-game currency design and consumer spending behavior**. 2019. Monografia (Bacharelado) – Stephen M. Ross School of Business, University of Michigan, Ann Arbor, 2019.

FANTINI, Eduardo; FANTINI, Laiane; GARROCHO, Luís Felipe. A Regulamentação das Loot Boxes no Brasil: Considerações Éticas e Legais acerca das Microtransações e dos Jogos de Azar. In: **Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital**, XVIII, 2019, Rio de Janeiro. Anais eletrônicos [...] Rio de Janeiro: SBGames, 2019, p. 1253 - 1262. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/196985.pdf>. Acesso em: 01 maio 2026.

GIBSON, Erin; GRIFFITHS, Mark D.; CALADO, Filipa; HARRIS, Andrew. The relationship between videogame micro-transactions and problem gaming and gambling: A systematic review. **Computers in Human Behavior**, v. 131, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107219>. Acesso em: 27 abr. 2026.

GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.*. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto: direito material e processo coletivo: volume único**. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

HART, Casey B. **The Evolution and Social Impact of Video Game Economics**. Lanham: Lexington Books, 2017.

HEALY, Kylee A.; MARTINO, Joseph D.; MASON, Susan E. The casino environment: behavioral strategies and societal implications. **International Journal of Gaming Hospitality and Tourism**, [s. l.], v. 5, n. 1, 2025.

IZIDORIO, Leonardo Novaes. **Microtransações em jogos eletrônicos: análise da carência regulatória de um mercado em ascensão**. 2024. Dissertação (Mestrado em Direito da Regulação) – Escola de Direito do Rio de Janeiro, Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/items/524b8af3-8ee0-4164-8d88-7e3b6e037813>. Acesso em: 01 maio 2026.

JÚNIOR, José Luiz de Moura Faleiros. Gamificação, exploração e vulnerabilidade infantil: a regulação das 'loot boxes' e o desafio da responsabilidade civil no 'ECA Digital'. **Revista IBERC**, Belo Horizonte, v. 8, n. 3, p. IV-IX, 2025. Disponível em: <https://revista.iberc.org.br/iberc/article/view/380>. Acesso em: 6 abr. 2026.

KONDER, Carlos Nelson; KONDER, Cíntia Muniz de Souza. Da vulnerabilidade à hipervulnerabilidade: exame crítico de uma trajetória de generalização. **Int. Públ. – IP**, Belo Horizonte, ano 23, n. 127, p. 53-68, maio/jun. 2021. Disponível em: <https://konder.adv.br/wp-content/uploads/2021/08/CNK-e-CMSK-Da-vulnerabilidade-a-hipervulnerabilidade-Interesse-Publico.pdf>. Acesso em: 08 mai. 2026.

LAVAGNOLI, Francielle; FILHO, Paulo E. de F. C.; SILVA, Alexandre B. da. A proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital: assimetria informacional e limites do poder algorítmico. **Revista Direito, Inovação e Regulações: Centro Universitário de Cascavel (UNIVEL)**. Cascavel. Julho. 2025; v. 4 (n. 9): 44-61. ISSN-e: 2965-0860. DOI 10.5281/zenodo.20385407

LOPES, Maria Clara Bomfim Braz Ferreira; NOVAIS, Thyara Gonçalves. LEI 15.211/2025 (ECA DIGITAL) E A ATUAÇÃO JURÍDICA COM BASE AO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 12, n. 5, p. 1–18, 2026. DOI: 10.51891/rease.v12i5.27008. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/27008>. Acesso em: 6 jun. 2026

MIOTTO, Carolina Cristina. A criança como consumidora hipervulnerável: uma análise da proteção deficiente contra a publicidade na internet. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, vol. 146/2023, p. 37- 2, mar.-abr. 2023.

PICON, Felipe et al. Precisamos falar sobre tecnologia: caracterizando clinicamente os subtipos de dependência de tecnologia. **Revista Brasileira de Psicoterapia**, Porto Alegre, v. 17, n. 2, p. 44-60, ago. 2015. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-848156>. Acesso em: 26 mar. 2025.

PINHEIRO, Gabryel David; LOPES, Tacyana Karoline Araújo. Práticas abusivas e comércio de loot boxes em jogos eletrônicos à luz do Código de Defesa do Consumidor no Brasil. **Revista Brasileira de Estudos Jurídicos**, Montes Claros, v. 18, n. 1, p. 186-210, jan./jul. 2024. Disponível em: <https://portalunifipmoc.emnuvens.com.br/rbej/article/view/36>. Acesso em: 26 mar. 2025.

PINHEIRO, Patricia P. **Direito Digital - 8ª Edição 2026**. 8. ed. Rio de Janeiro: SRV, 2026.

RAGHUBIR, Priya; SRIVASTAVA, Joydeep. Effect of face value on product valuation in foreign currencies. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 29, n. 3, p. 335-347, 2002. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/10.1086/344430>. Acesso em: 27 abr. 2026.

RIOT GAMES. **League of Legends**. Versão 26.9. Los Angeles: Riot Games, 2009. Jogo eletrônico.

RISSANEN, Elisa. **Live service games: changes in videogame production**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bachelor of Business Administration) – LAB University of Applied Sciences, [s. l.], 2021. Disponível em: <https://www.theseus.fi/handle/10024/506252>. Acesso em: 01 maio 2026.

SANTOS, Adrianna de Alencar Setubal; VASCONCELOS, Fernando Antônio de. Novo Paradigma da Vulnerabilidade: Uma Releitura a Partir da Doutrina. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, vol. 116/2018, p. 19-49, mar./abr. 2018.

SILVA, Arthur Henrique Freitas e. **Jogos eletrônicos: a falta de regulamentação e a vulnerabilidade do consumidor**. 2023. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Direito) – Escola de Direito, Negócios e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2023. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/5618>. Acesso em: 01 maio 2026.

SILVA, Michael César; SILVA, Samuel Vinícius da. Novos Contornos da publicidade infantil no Brasil após a decisão do *leading case*: “é hora do Shrek” (REsp 1.558.086/SP). In: OLIVEIRA, Julio Moraes (Org.). **Direito do Consumidor Contemporâneo**. Belo Horizonte: Editora D’Plácido, 2019. p. 207-237.

SUPERCELL. **Brawl Stars**. Supercell, 2018. Jogo eletrônico.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018.

TINOCO, Rui. **Videojogos, Microtransações e Processos de Gambificação**. Lisboa: Instituto para os Comportamentos Aditivos e Dependências, 2025. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/entities/publication/996daeb4-565d-4eec-8ceb-b45a7a329f97/full>. Acesso em: 27 abr. 2026.

VERBICARIO, Dennis; VIEIRA, Janaína. A nova dimensão da proteção do consumidor digital diante do acesso a dados pessoais no ciberespaço. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, vol. 134, p. 195-226, mar./abr. 2021.

ZUBOFF, Shoshana. **A Era do Capitalismo de Vigilância**. 1. ed, Edição digital: Editora Intrínseca Ltda., 2021.