

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RENATO PEREIRA DAS CHAGAS

**A POSSIBILIDADE DE LIMITAÇÃO DO EXERCÍCIO DO DIREITO DE
ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DE JOGOS
ELETRÔNICOS ONLINE**

CURITIBA

2023

RENATO PEREIRA DAS CHAGAS

**A POSSIBILIDADE DE LIMITAÇÃO DO EXERCÍCIO DO DIREITO DE
ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DE JOGOS
ELETRÔNICOS ONLINE**

Artigo científico apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel, Curso de Direito, Setor de Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof. Dra. Rosalice Fidalgo Pinheiro

CURITIBA

2023

TERMO DE APROVAÇÃO

A possibilidade de limitação do exercício do direito de arrependimento nas relações de consumo de jogos eletrônicos

RENATO PEREIRA DAS CHAGAS

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito parcial para obtenção de Graduação no Curso de Direito, da Faculdade de Direito, Setor de Ciências jurídicas da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
ROSALICE FIDALGO PINHEIRO
Data: 15/12/2023 14:23:55 -03:00
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Rosalice Fidalgo Pinheiro
Orientador

Coorientador

**CARLOS EDUARDO
PIANOVSKI RUZYK**

Assinado de forma digital por CARLOS
EDUARDO PIANOVSKI RUZYK
Dados: 2023.12.15 14:32:25 -03'00'

Carlos Eduardo Pianovski Ruzyk
1º Membro

Marcelo Miguel Conrado
2º Membro

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus fiéis animais de estimação, aos que estão presentes e à memória dos que já partiram: Scooby, Mimico, Loki, Thor, Mia, Meg e Frajola. Obrigado por tudo. Amarei-os sempre, até o fim de meus dias.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a minha família, de forma geral, pela educação provida, pelas condições dadas e pelo acolhimento. Sem isso, eu não estaria aqui hoje. Destaco especialmente minha mãe Rita, minha irmã Amanda e minha avó Margarida. Vocês são as mulheres da minha vida, e eu não seria metade do homem que sou hoje sem vocês. Muito obrigado por todo amor e atenção, foram essenciais para minha jornada pessoal, acadêmica e profissional.

Agradeço aos meus amigos, em geral, por terem tornado esse momento um pouco mais leve e por estarem presentes, na medida do possível, mesmo com o pouco tempo disponível. Um agradecimento especial aos meus amigos João Guilherme, Gabriel, Rafael, Rodrigo, Lucas, Carlos. Obrigado pelo companheirismo de todos esses anos.

Agradeço a minha namorada, Aline Cristina, pelos ensinamentos, amor e acolhimento destes últimos dois anos. Obrigado por estar comigo, nos tempos bons e nos ruins também. A faculdade não teria sido a mesma sem você.

Agradeço aos meus animais de estimação, que foram imprescindíveis para meu ânimo no dia a dia, por todo seu carinho e companheirismo, a todo momento. Sem o amor deles, nada disso seria possível.

Agradeço à educação pública, que desde o meu ensino médio tem papel transformador na minha vida. Foi através dela que eu tive a possibilidade de acessar esta universidade prestigiada, com um grau técnico elevadíssimo de docência.

Agradeço de forma geral aos amigos que fiz na UFPR, aos amigos que fiz na UFSC, e aos meninos do futebol do 5N. A graduação não seria a mesma sem as memórias e momentos vividos juntos de vocês.

Agradeço também à professora Rosalice pelo aceite em orientar este trabalho e pela paciência para realizar reuniões, correções e sugestões. Muito obrigado por toda atenção.

Agradeço também a todos os outros professores que fizeram parte desta jornada, sendo o papel de docência fundamental em meu desenvolvimento. Um agradecimento especial aos professores Pugliese, Lucchesi, Rui Dissenha, Pianovski e Vieira, que são exemplos de docência, e pelos quais tenho muito apreço.

RESUMO

O presente trabalho busca estudar os limites ao exercício do direito de arrependimento dentro do contexto das relações de consumo provenientes dos jogos eletrônicos online. Assim, busca-se primeiramente analisar a relação de consumo no âmbito dos jogos eletrônicos online e suas peculiaridades e, posteriormente, abordar o direito de arrependimento, juntamente do contexto de sua criação. Posteriormente, verificou-se, a partir da doutrina e jurisprudência, a possibilidade de limitação do exercício do direito de arrependimento. Adotou-se na pesquisa a metodologia referencial bibliográfica, utilizando artigos, livros e obras que se reportam ao tema, assim como a legislação brasileira. Diante da pesquisa, conclui-se que o direito de arrependimento previsto no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor não pode ser interpretado de forma literal na plenitude de casos, pois é necessária a interpretação do dispositivo levando em conta também outros princípios tanto do Código de Defesa do Consumidor quanto no Código Civil, como o princípio da boa-fé objetiva e o princípio da função social do contrato.

Palavras-chave: Direito de arrependimento. Limitação. Relação de Consumo. Jogos Eletrônicos Online.

ABSTRACT

The present study aims to examine the limits on the exercise of the right of withdrawal within the context of consumer relations arising from online electronic games. Thus, we first seek to analyze the consumer relationship in the scope of online electronic games and their peculiarities. Subsequently, we address the right of withdrawal along with the context of its creation. Following this, it was verified, based on doctrine and jurisprudence, the possibility of limiting the exercise of the right of withdrawal. The research adopts a referential bibliographic methodology, using articles, books, and works related to the topic, as well as Brazilian legislation. Based on the research, it is concluded that the right of withdrawal provided for in Article 49 of the Consumer Protection Code cannot be interpreted literally in all cases. The interpretation of the provision needs to consider other principles, both in the Consumer Protection Code and in the Civil Code, such as the principle of objective good faith and the principle of the social function of the contract.

Key-words: Right of withdrawal. Limits. Consumer Relations. Online Electronic Games.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. CARACTERIZAÇÃO DOS JOGOS ELETRÔNICOS ONLINE COMO RELAÇÃO DE CONSUMO	2
3. O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO	12
4. A POSSIBILIDADE DE LIMITAÇÃO AO EXERCÍCIO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO EM RELAÇÃO AOS JOGOS ELETRÔNICOS ONLINE	17
4.1 A TEORIA DO DIÁLOGO DAS FONTES	17
4.2 O EXERCÍCIO ABUSIVO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO EM RELAÇÃO AOS JOGOS ELETRÔNICOS ONLINE	19
5. CONCLUSÃO	22
REFERÊNCIAS	24

1. INTRODUÇÃO

O Direito de arrependimento está inscrito no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, o qual foi promulgado na década de 90, ou seja, cerca de 30 anos atrás do momento atual em que este artigo está sendo escrito.

Segundo o artigo 1º do diploma, o Código de Defesa do Consumidor tem por objetivo “estabelecer normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social (...)”.

O Código de Defesa do Consumidor busca equilibrar a relação de consumo, que é estabelecida entre consumidor e fornecedor. Uma das motivações para a formulação do Código do Consumidor é a disposição do art. 170, V, da Constituição Federal, promulgada em 1988¹. De forma geral, o anteprojeto formulado, posteriormente promulgado na forma da lei 8.078/90, levou em conta a defesa do consumidor em um contexto de relações de consumo predominantemente presenciais e com objetos materiais.

Dessa forma, busca-se abordar possíveis incompatibilidades entre o dispositivo e o campo material estudado, no caso, as relações de consumo nos jogos eletrônicos online.

Em primeiro momento, é explorada essa relação de consumo, de modo a identificar seus elementos e abordá-los na perspectiva do consumo dos jogos eletrônicos online, apontando suas peculiaridades. Neste ponto, insta salientar a forma de contratação online, a despersonalização do contrato e a especificidade na contratação da licença de uso, e não “propriedade” do jogo propriamente dita.

Em seguida, é realizada uma exposição acerca do direito de arrependimento propriamente dito, suas motivações, requisitos, a aceitação do exercício deste direito nas relações virtuais e, ainda, a jurisprudência a respeito do direito de arrependimento, em que se constata a hipótese de limitação nas compras de passagens aéreas.

Por fim, são explorados alguns fundamentos possíveis para a limitação do direito de arrependimento. Primeiramente, é examinada interpretação teleológica do Código de Defesa do Consumidor, levando em conta a teoria do diálogo de fontes,

¹ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

[...]

V - defesa do consumidor;

especialmente em relação ao Código Civil de 2002. E, posteriormente, é explorada, em face da interpretação teleológica, a hipótese de abuso de direito.

2. CARACTERIZAÇÃO DOS JOGOS ELETRÔNICOS ONLINE COMO RELAÇÃO DE CONSUMO

A incidência do Código de Defesa do Consumidor pressupõe alguns requisitos, os quais estruturam a chamada “relação jurídica de consumo”, composta pelas partes envolvidas e pelo próprio conteúdo objeto da relação.

Desse modo, para que seja justificável a aplicação do diploma, são necessários três elementos, *a priori*, segundo Tartuce²:

- (i) existência de relação entre sujeitos jurídicos, existindo um sujeito titular de direito e outro sujeito, que tem o dever jurídico. No caso das relações de consumo, fala-se em um prestador de produtos e/ou prestador de serviço e, do lado oposto, um consumidor;
- (ii) Presença do poder do sujeito ativo sobre o objeto imediato (prestação) e sobre o objeto mediato (bem jurídico tutelado). No contexto do Código de Defesa do consumidor, é assegurado ao consumidor exigir a entrega de produto ou prestação de serviço. Conforme o art 3º, os elementos objetivos da relação de consumo são o produto e o serviço;
- (iii) Evidência na prática de um fato ou acontecimento propulsor, capaz de gerar consequência para o plano jurídico. No caso das relações de consumo, trata-se de negócio jurídico, modelado a partir da autonomia privada.

Dessa forma, extraímos dois universos dessa relação, sendo um o universo de elementos subjetivos dessa relação, que contém o consumidor, o fornecedor de produtos e prestador de serviços, e, secundamente, o universo de elementos objetivos, que engloba o produto e serviço.

A figura de “consumidor” assume quatro formas dentro da lei 8078/90: pelo art 2º, *caput* e parágrafo único, art. 17 e pelo art. 29³. O parágrafo único do art. 2º trata da

² TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do consumidor: Direito material e processual**. 7. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Forense LTDA, 2018. p. 87-88.

³ BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do consumidor**. 9. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021. p. 159.

hipótese de coletividade de pessoas na relação de consumo, o art. 17 dos consumidores enquanto vítimas derivadas de algum fato do produto ou serviço e, ademais, o art. 29 trata dos consumidores enquanto sujeitos expostos às práticas comerciais.

Para o exame do presente artigo, trataremos da figura mais comum de consumidor, representada pelo *caput* do art. 2, segundo o qual: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza o produto ou serviço como destinatário final”.

A imagem que nos surge ao nos depararmos com a noção de consumidor é a de um sujeito leigo, que não guarda a mesma expertise em relação ao objeto de consumo quanto o profissional situado na parte oposta da relação. Esse exame trata da noção subjetiva de consumidor.

O art. 2º, *caput*, entretanto, utiliza uma definição objetiva de consumidor, indicando que: (i) consumidor pode ser tanto pessoa física ou jurídica; (ii) o consumidor adquire ou utiliza o produto ou serviço; (iii) utiliza o produto ou serviço como destinatário final. Quanto a esta ideia, leciona Claudia Lima Marques⁴:

O legislador brasileiro parece ter, em princípio, preferido uma definição mais objetiva de consumidor no art. 2.º, *caput*. Necessário interpretar a expressão “destinatário final”. Destinatário final é o consumidor final, o que retira o bem do mercado ao adquirir ou simplesmente utilizá-lo (*Endverbraucher*), aquele que coloca um fim na cadeia de produção e não aquele que utiliza o bem para continuar a produzir ou na cadeia de serviço.

Nesse sentido, segundo a doutrinadora, o destinatário final seria a pessoa, física ou jurídica, que adquire ou utiliza produto ou serviço para satisfação de suas necessidades, não tendo interesse de repassá-lo a um terceiro.

Entretanto, cabe destacar que são encontradas três teorias a respeito do destinatário final, sendo elas: teoria finalista, teoria maximalista e a teoria finalista temperada.

A teoria finalista entende que a interpretação do art. 2º do Código de Defesa do Consumidor deve ser feita de maneira restritiva, levando em conta os princípios básicos do CDC e a posição de vulnerabilidade do consumidor. O consumidor, portanto, é o não profissional, que retira o produto ou serviço de circulação. Nesta corrente, o produto ou

⁴ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2013. p. 113.

ou serviço não pode ter utilização profissional, sendo essa uma hipótese excepcional, que só pode ser admitida quando não houver qualquer relação entre a atividade econômica desenvolvida pela pessoa jurídica e o serviço ou produto contratado, além, é claro, da comprovação da hipossuficiência perante o fornecedor.⁵

Em contraponto à teoria finalista, encontramos a teoria maximalista. A interpretação nessa corrente é a de que o Código de Defesa do Consumidor não se restringe à proteção dos não profissionais, mas se configura em um novo regulamento para o mercado de consumo. Portanto, o CDC, nesta perspectiva, deveria ser interpretado de forma extensiva, de forma a validar o maior número de relação de mercado. Para os adeptos da teoria finalista, o conceito de consumidor é amplo, e não importa ser pessoa física, jurídica, ou, até mesmo, se há finalidade lucrativa com a obtenção do produto ou serviço. Neste âmbito, o que define o consumidor é a aquisição e a utilização do produto ou serviço.⁶

Por fim, a teoria adotada pelo STJ, a teoria finalista temperada. Esta corrente entende que, comprovada a vulnerabilidade do produto ou serviço, ainda que utilizado visando lucro, será considerado destinatário final. Dessa, nesta última teoria, o critério para configuração do consumidor na relação de consumo é tão somente a comprovação de hipossuficiência.⁷

Quantos às figuras do fornecedor de produtos e o prestador de serviços, diz o art. 3º, do Código de Defesa do Consumidor:

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

O art. 3º, apesar de realizar menção expressa ao “Fornecedor”, utiliza o termo em sentido amplo, de forma a abarcar também a figura do prestador de serviços.⁸

A caracterização de fornecedor remete a muitas possibilidades. Cabe destacar que: (i) o fornecedor pode ser tanto pessoa física quanto jurídica, pública ou privada; (ii)

⁵ FINKELSTEIN, Maria Eugenia Reis; NETO, Fernando Sacco. **Manual de Direito do consumidor**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.p. 10.

⁶ *Ibid.* p. 11

⁷ *Ibid.* p. 11

⁸ TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do consumidor: Direito material e processual**. 7. ed. São Paulo: Forense LTDA, 2018. p. 88.

pode ser de origem nacional ou estrangeira; (iii) pode ser ainda um ente despersonalizado ou despersonificado, como a massa falida.

Entretanto, a parte mais importante para caracterização dentro do art. 3º é a partir da “atividade”, que pode ser definida como a soma de atos coordenados para uma finalidade específica. Dessa forma, quanto ao fornecimento de produtos, importa uma organização, ou seja, uma habitualidade dessas atividades tipicamente profissionais. Sendo assim, a norma afasta sua aplicação frente à ausência de atividade tipicamente profissional, como no caso de um contrato celebrado entre dois consumidores, sem qualquer expertise profissional em relação ao objeto.⁹

Quanto ao objeto das relações de consumo, pode figurar tanto um produto como serviço, os quais estão retratados, respectivamente, no art. 3º, §§ 1º e 2º:

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

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

Realizando o exame do produto, cabe destacar que produto pode ser bem móvel ou imóvel, e produto pode ser também material ou imaterial, colocado no mercado de consumo.

Segundo Enzo Roppo, a progressão do modo de produção capitalista, multiplicando e criando relações econômicas mais complexas, deu início a um processo de “mobilização e desmaterialização da riqueza”. Esse processo diminuiu a supremacia do direito de propriedade entre os instrumentos de controle e gestão da riqueza. A consequência disso é de que a riqueza passa a se identificar não só com as coisas materiais e o direito de uso sobre elas, mas também, e principalmente, através dos bens imateriais, e, além disso, em relações, em promessas alheias, e no correspondente direito ao comportamento de outrem.¹⁰

É no contexto dos bens imateriais que os jogos eletrônicos online estão abarcados. São produtos de natureza imaterial, bens incorpóreos, intangíveis, resultados da dinamização das relações econômicas.

Nesse sentido, Claudia Lima Marques ressalta a necessidade de reconhecer que o comércio eletrônico modifica a concepção tradicional do objeto contratual, uma vez

⁹ BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do consumidor**. 9. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021. p. 191.

¹⁰ ROPPO, Enzo. **O Contrato**. Coimbra: Almedina, 1947. p. 64.

que as contraprestações nos contratos informáticos são de natureza imaterial, abrangendo fornecimento de software, jogos, filmes e músicas. Além disso, a doutrinadora também afirma que a fusão fluida entre produto e serviço, entre a entrega material e a execução, representa um dos principais obstáculos enfrentados pelo comércio eletrônico.¹¹

Quanto ao exame jurisprudencial, insta salientar que outras modalidades de *softwares* já foram englobadas como objetos de relação de consumo para aplicação da lei 8078/90:

Direito do consumidor. Programa de computador. Software. Consumidor. Relação entre sociedade de advogados e empresa de software. Aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Teoria finalista mitigada. Da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço. Inadimplemento total da obrigação. Prescrição quinquenal. Voto vencido. O 3.3.2. consumidor intermediário, por adquirir produto ou usufruir de serviço com o fim de, direta ou indiretamente, dinamizar ou instrumentalizar seu próprio negócio lucrativo, não se enquadra na definição constante no art. 2º do CDC, permitindo-se, entretanto, a mitigação à aplicação daquela teoria, na medida em que se admite, excepcionalmente, a aplicação das normas consumeristas a determinados consumidores profissionais, desde que demonstrada, in concreto, a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica. Nas hipóteses de inadimplemento absoluto, não se estaria no âmbito do art. 18 (e, consequentemente, do art. 26 do CDC), mas no âmbito do art. 14, que, quanto à prescrição, leva à aplicação do art. 27, com prazo de cinco anos para o exercício da pretensão do consumidor. Como a prescrição é a perda da pretensão por ausência de seu exercício pelo titular, em determinado lapso de tempo, para se verificar se houve ou não prescrição é necessário constatar se nasceu ou não a pretensão respectiva, porquanto o prazo prescricional só começa a fluir no momento em que nasce a pretensão, ou seja, quando se constata de forma inequívoca o inadimplemento total da obrigação. Recurso provido. Voto vencido: A norma consumerista somente tem aplicação quando o contratante puder ser caracterizado como destinatário final. Quando a aquisição de bens ou a utilização de serviços, por pessoa natural ou jurídica, possui o escopo de implementar ou incrementar a sua atividade-fim não se reputa como relação de consumo e, sim, como uma atividade de consumo intermediária, razão pela qual não se submete às normas do Código de Defesa do Consumidor. A partir da vigência do novo Código Civil, o prazo prescricional das ações de reparação de danos que não houver atingido a metade do tempo previsto no Código Civil de 1916 fluirá por inteiro, nos termos da nova Lei (art. 206) (Des. Electra Benevides)” (TJMG – Apelação Cível 1.0024.06.207799-5/0011, Belo Horizonte – Décima Câmara Cível – Rel. Des. Cabral da Silva – j. 02.06.2009 – DJEMG 23.06.2009).

Dessa forma, não há dúvida de que bens digitais comercializados pela internet estão aptos a figurar como elementos objetivos das relações de consumo.¹²

¹¹ MARQUES, Claudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: Um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2004. p. 84.

¹² TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do consumidor**: Direito material e processual. 7. ed. São Paulo: Forense LTDA, 2018. p. 117-118.

Quanto à caracterização de serviço, o código menciona apenas ser necessário o desenvolvimento de atividades de prestação de serviços, sendo menos rigoroso. Nesse sentido, o código não especifica se o fornecedor deve ser um profissional, mas que a atividade desenvolvida por ele deve ser reiterada e habitual.¹³

Ainda, com base no art. 8º, do Código de Defesa do Consumidor, cabe ressaltar também que os serviços e produtos ofertados não devem representar ameaças à saúde do consumidor, risco não representado no caso dos jogos eletrônicos online.

Ao examinar a relação de consumo nos jogos eletrônicos online, o consumidor, na maioria das relações, será o consumidor descrito no *caput* do art 2º, do Código de Defesa do Consumidor. Ou seja, é o consumidor que se enquadra em razão de ser razão destinatário final. Além disso, tratando-se de um bem de consumo que visa o lazer, o consumo será realizado predominantemente por consumidores físicos.

Quanto aos fornecedores, no caso das relações de consumo de jogos eletrônicos, podemos ter tanto a empresa desenvolvedora do jogo, que será a proprietária do jogo, quanto também as empresas licenciadas, denominadas *publishers* ou “publicadoras”, as quais, segundo Helio Tadeu Brogna, advogado pioneiro do ramo de *e-sports* (competições de jogos eletrônicos): “ficam autorizadas a administrar o jogo e são responsáveis pela cessão do direito de uso aos consumidores e usuários, temporariamente, para que possam, então, consumir o jogo”.¹⁴

Ou seja, a empresa desenvolvedora possui os direitos autorais dos jogos, enquanto a publicadora é uma empresa licenciada para comercialização do título.

Dessa forma, há a possibilidade que a empresa desenvolvedora em conjunto com as publicadoras formem uma cadeia de fornecimento, hipótese em que ambas deverão responder solidariamente a qualquer dano advindo da relação de consumo.

Quanto ao objeto da relação de consumo, o qual é o jogo eletrônico online, Brogna conceitua como:

[...] O software interativo operado por circuito de computador, console ou dispositivo móvel conectado em rede ou não, cujo objetivo é proporcionar entretenimento ao usuário final (consumidor) por meio de interação real com manipulação de personagem no ambiente eminentemente virtual, singular ou com múltiplos jogadores.¹⁵

¹³ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2013. p. 179.

¹⁴ ZWICKER, Helio Brogna Coelho. **Direito e E-sports**. São Paulo: Edição Independente, 2021. p. 17-18.

¹⁵ ZWICKER, Helio Brogna Coelho. **Direito e E-sports**. São Paulo: Edição Independente, 2021. p. 11.

Prosseguindo com uma apresentação sobre os jogos eletrônicos do ponto de vista cultural e sociológico, diz Cláudio Lúcio Mendes:

Os jogos eletrônicos fazem parte desse universo silícico e de suas ficções. São artefatos tecnoculturais que estão envolvidos com o consumo, com o *marketing*, com a educação, com a escola, com a Internet, com o nosso cotidiano, com a nossa vida. E, em suma, com nós, seres humanos. São essas relações com nós mesmos que mais me interessam. Para analisá-las, entendo que os jogos eletrônicos formam um campo estratégico para a constituição de sujeitos de uma certa espécie: o sujeito-jogador.¹⁶

Tratando agora da relação de consumo, é necessário realizar o exame sobre a forma de contratação realizada. As relações de consumo envolvendo os jogos eletrônicos online são desenvolvidas comumente a partir de contratos à distância, realizados no comércio eletrônico.

Estes contratos seriam, conforme explanação de Claudia Lima Marques, um subtipo dos contratos “automatizados”, realizados diretamente com “computadores”. São contratos que ocorrem “sem diálogo”, frequentemente conduzidos pelo clicar de um botão a partir de uma imagem. Sobre este novo contexto de contratação, comenta a autora:

O sujeito *fornecedor* agora é um ofertante profissional automatizado e globalizado, presente uma cadeia sem fim de intermediários (portal, *website*, *link*, *provider*, empresas de cartão de crédito, etc.) um fornecedor sem sede e sem tempo (a oferta é permanente no espaço privado e no público), um fornecedor que fala todas as línguas ou usa a *língua franca*, o inglês, e utiliza-se da linguagem virtual (imagens, sons, textos em janelas, textos interativos, ícones, etc.) para marketing, negociação e contratação;

O sujeito *consumidor* é agora um destinatário final contratante (art. 2º do CDC), um sujeito “mudo” na frente de um *écran*, em qualquer tempo, em qualquer língua, com qualquer idade, identificado por uma senha (PIN), uma assinatura eletrônica (chaves-públicas e privadas), por um número de cartão de crédito ou por impressões biométricas, é uma coletividade de pessoas, que intervém na relação de consumo (por exemplo, recebendo o *compact disc* (CD)) de presente, comprado por meio eletrônico, ou o grupo de crianças que está vendo o filme baixado por Internet (parágrafo único do art. 2º do CDC) ou a coletividade afetada por um *spam* ou *marketing agressivo* (art. 29 do CDC) ou todas as vítimas de um fato do serviço do provedor de conteúdo, que enviou um vírus “destruído” por sua comunicação semanal, ou todas as pessoas cujos números da conta corrente ou do cartão de crédito e senha foram descobertos pelo *hacker* ou *cracker* que atacou o computador principal

¹⁶ MENDES, Cláudio Lúcio. **Jogos Eletrônicos: Diversão, poder e subjetivação**. São Paulo: Papirus, 2006. p. 11.

do serviço financeiro, ou fornecedor de livros eletrônicos (e-books) – art. 17 do CDC.¹⁷

Esse fenômeno é chamado pela doutrina italiana de “desumanização do contrato” (“*disumanizzazione del contratto*”), no qual a impessoalidade e a contratação em massa imperam.¹⁸

Todavia, apesar desse fenômeno, ainda opera uma bilateralidade contratual, ou seja, um acordo de vontades.

Certo é que nestes contratos há acordo de vontade, há vontade, mesmo que de adesão e “de conduta social típica”, logo, há contrato, mesmo que unilateralmente elaborado e muitas vezes não acessível ao consumidor. Há uma bilateralidade essencial, apesar da unilateralidade tão visível. Há bilateralidade de vontades, pois apesar do fornecedor ser “virtual” e do consumidor ser “massificado”, apesar do oferecer e do eleger serem mais “automatizados”, apesar do direito abstrair mais do plano da validade e considerar mais a confiança despertada, a declaração de oferta realizada, do que a vontade interna do fornecedor, considerar mais a conduta social do consumidor do que a capacidade deste ou de quem atuou por ele ou no seu computador, há um contrato no plano da existência, juridicamente relevante e que produzirá efeitos – e muitos – no plano da eficácia. O contrato final é “velho”, o método de contratação é atual, e o meio de contratação e por vezes de cumprir a prestação imaterial – é que é “novo”.¹⁹

Nesse sentido, a contratação nos jogos eletrônicos online segue o mesmo formato típico do comércio eletrônico, sendo realizada comumente por meio de contrato de adesão, de forma virtual.

A contratação do objeto na relação de consumo dos jogos eletrônicos se dá geralmente pelo aceite dos “Termos de usuário”, ou “Termos de uso”, ou, ainda, “Termos de Serviço”. Independente da terminologia usada, trata-se do negócio jurídico que dará ao usuário o direito de uso/ acesso ao jogo, mediante as regras desenvolvidas pela desenvolvedora do jogo e/ou *Publisher*.

Como exemplo, podemos utilizar os termos de serviço da *riot games*²⁰, empresa desenvolvedora e detentora dos direitos autorais e de comercialização de vários jogos. O termo trata de diversos temas e é aplicado a todos os jogos veiculados pela

¹⁷ MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: Um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2004. p. 61-63.

¹⁸ *Idem*. Proteção do consumidor no âmbito do comércio eletrônico. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, Rio Grande do Sul, ed. 23, 2003. p. 66.

¹⁹ MARQUES, Cláudia Lima. Proteção do consumidor no âmbito do comércio eletrônico. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, Rio Grande do Sul, ed. 23, 2003. p. 67.

²⁰ Para acesso ao documento: <https://www.riotgames.com/pt-br/terms-of-service-BR>

desenvolvedora, sem prejuízo de complementação de termo específico em cada jogo. Entre os temas, destacam-se: políticas sobre o registro e uso da conta, políticas sobre conteúdos virtuais, sobre compras realizadas dentro dos jogos e regras de usuário, que abordam o comportamento esperado dos usuários. Além disso, o termo também demonstra a clara limitação ao uso que o usuário faz jus, conforme seu item 3.1:

3.1. O que posso fazer com os Serviços da Riot? (Você pode usufruir dos Serviços da Riot para seu próprio uso pessoal, não comercial.)

Concedemos a você uma licença limitada, não exclusiva, intransferível e revogável para **usar e desfrutar** dos Serviços da Riot (e qualquer Conteúdo Virtual) **apenas para fins individuais, não comerciais, de entretenimento e expressamente condicionados à sua observância dos termos deste Contrato**. Se encerrarmos sua conta, qualquer licença concedida a você sobre os Serviços da Riot, assim como o Conteúdo Virtual, estará cancelada automaticamente. Salvo se autorizado pela Riot expressamente em contrário, em contrato escrito e assinado, você não poderá vender, copiar, trocar, emprestar, fazer engenharia reversa, descompilar, derivar código-fonte, traduzir, arrendar, dar em garantia, transferir, publicar, ceder ou de outra forma distribuir qualquer um dos Serviços da Riot ou qualquer propriedade intelectual da Riot Games, inclusive qualquer código de computador nosso ou o Conteúdo Virtual. (Grifo nosso)

Como exemplo de *Publisher*, podemos trazer os termos da *Steam*²¹, que é um software criado pela *Valve Corporation* e é também a maior plataforma de distribuição digital de jogos de computador. De forma similar, o termo também traz pontos sobre: conduta do usuário, registro do assinante e afins. Importa aqui destacar o item 9, que diz: “A duração do presente Acordo (o "Termo") começa na data indicada pela primeira vez na aceitação dos presentes termos e continuará em vigor até que seja terminado de outro modo, em conformidade com o presente Acordo.”

Dessa forma, reconhece-se que o aceite do termo eletrônico constitui a relação de consumo por meio de negócio jurídico. Ainda, importa novamente demonstrar a clara menção ao uso, conforme o item referente à política de licenças:

2. LICENÇAS

A. Licença de Serviços e Conteúdo Geral

O Steam e as suas Assinaturas exigem download e instalação do Conteúdo e dos Serviços no seu computador. A Valve concede, por meio deste, e você aceita, um direito e uma licença não exclusiva de uso do Conteúdo e dos Serviços para o uso pessoal não comercial (exceto quando o uso comercial for expressamente permitido aqui ou nos Termos de Assinatura aplicáveis). Esta licença termina mediante a rescisão (a) deste Acordo ou (b) de uma

²¹ Para acesso ao documento: https://store.steampowered.com/subscriber_agreement/?l=brazilian#4

Assinatura que inclua a licença. O Conteúdo e os Serviços são licenciados, não vendidos. A sua licença não confere qualquer título ou propriedade sobre o Conteúdo ou os Serviços. Para usar o Conteúdo e os Serviços, você necessita de ter uma Conta Steam e pode ser necessário executar o cliente Steam e manter uma conexão com a Internet.

[...]

F. Propriedade do Conteúdo e dos Serviços

Todos os direitos de titularidade, propriedade e de propriedade intelectual relativos ao Conteúdo e Serviços e a todas as cópias deste são propriedade da Valve e/ou licenciantes das respectivas afiliadas. Todos os direitos são reservados, salvo como expressamente declarado no presente documento. O Conteúdo e os Serviços são protegidos por leis de direitos autorais, tratados e convenções internacionais de direitos autorais e outras leis. O Conteúdo e os Serviços contêm determinados materiais licenciados, e os licenciantes da Valve e das respectivas afiliadas podem proteger os respectivos direitos no caso de qualquer violação do presente Acordo.

G. Restrições de Uso do Conteúdo e dos Serviços

Você não pode usar o Conteúdo e dos Serviços para qualquer finalidade que não seja ao acesso permitido ao Steam e a suas Assinaturas, e para fazer uso pessoal não comercial de suas Assinaturas, exceto com permissão de outro modo em conformidade com este Acordo ou com os Termos de Assinatura aplicáveis. Salvo permissão em contrário sob o presente Acordo (incluindo quaisquer Termos de Assinatura ou Regras de Uso), ou de acordo com a legislação aplicável, não obstante a estas restrições, você não pode copiar, fotocopiar, reproduzir, publicar, distribuir, traduzir, aplicar engenharia inversa, derivar código fonte de, modificar, desmontar, descompilar, criar trabalhos derivados com base em, ou remover quaisquer avisos ou legendas de propriedade, parcial ou totalmente, do Conteúdo e dos Serviços ou de qualquer software acessado por meio do Steam sem autorização prévia por escrito da Valve.

Você tem o direito de uso do Conteúdo e dos Serviços para uso pessoal, mas não tem o direito de: (i) vender, conceder uma garantia ou transferir reproduções do Conteúdo e dos Serviços para outras partes, de qualquer outro modo, nem alugar nem licenciar o Conteúdo e os Serviços a outros sem a autorização prévia por escrito da Valve, salvo na medida expressamente permitida em outra seção do presente Acordo (incluindo quaisquer Termos de Assinatura ou Regras de Uso); (ii) hospedar ou fornecer serviços de associação ao Conteúdo e Serviços ou emular ou redirecionar os protocolos de comunicação usados pela Valve em qualquer funcionalidade de rede do Conteúdo e dos Serviços, pela de emulação de protocolo, encapsulamento, modificação ou adição de componentes ao Conteúdo e Serviços, uso de programa utilitário ou quaisquer outras técnicas já conhecidas ou desenvolvidas posteriormente para qualquer propósito, incluindo, mas sem caráter limitativo, jogo em rede pela Internet, jogo em rede usando redes de jogos comerciais ou não comerciais ou como parte de redes de agregação de conteúdo, websites ou serviços, sem a autorização prévia por escrito da Valve; nem de (iii) explorar o Conteúdo e os Serviços ou qualquer uma das suas partes para fins comerciais, exceto quando expressamente permitido em outro ponto deste Acordo (incluindo quaisquer Termos de Assinatura ou Regras de Uso).

Dessa forma, importa dizer novamente, o usuário, na ótica do *caput* do art. 2º do Código de Defesa do Consumidor, constitui a relação de consumo de jogo eletrônico

online com o fornecedor, que pode ser empresa desenvolvedora ou *Publisher*, através de um negócio jurídico, tipicamente realizado de forma online, na forma de contrato de adesão, e pelo qual é garantido ao usuário apenas uma licença de uso do jogo, não se falando em qualquer propriedade do usuário sobre o jogo. A propriedade, que servirá para plena exploração dos direitos autorais, cabe apenas à empresa desenvolvedora.

No âmbito dos jogos eletrônicos, destaca-se ainda que as contratações podem ser do jogo em si, ou seja, o usuário contrata/paga para fazer uso do jogo, ou, em outra possibilidade, trata-se de uma contratação realizada de um objeto, assinatura, conteúdo, ou item dentro do próprio jogo, fenômeno este chamado de “micro transações”:

Zendle, Meyer e Ballou discutem que houve uma mudança drástica no modo de obter faturamento no mercado de videogames, onde, ao invés de se preocupar apenas com as cópias vendidas de um jogo, as empresas começaram a oferecer formas alternativas de compra por meio das microtransações, como assinaturas a preços fixos, que permitiam jogar um determinado jogo por um tempo determinado, e itens comprados dentro do jogo, que poderiam oferecer novos visuais (Skins), bens exclusivos, serviços e melhorias para o jogador e expansões adicionais posteriores ao lançamento do jogo.²²

Neste último cenário, o usuário já tem o jogo à disposição, mas realiza contratação de outro produto ou serviço, normalmente visando a utilização dentro do próprio jogo.

3. DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Uma vez configurada a relação de consumo nos jogos eletrônicos online, devemos nos atentar ao direito de arrependimento e suas características, segundo a disciplina do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título,

²² FILHO, Afrânio de Amorim Francisco Soares *et al.* Microtransações em jogos eletrônicos: panorama do comportamento e motivações de jogadores ativos para o consumo de bens e serviços virtuais. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, Rio de Janeiro, v. 9, ed. 3, p. 8-23, 2023. Disponível em: <https://www.rasi.vr.uff.br/index.php/rasi/article/view/724>. Acesso em: 20 nov. 2023. p. 10-11.

durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados

Numa primeira leitura, podemos verificar que o direito de arrependimento só é aplicável quando a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial, sendo duas hipóteses exemplificativas do código: (i) as contratações que ocorrem por telefone e (ii) as contratações a domicílio. No caso das contratações que ocorrem nas relações de consumo online, ou seja, pela internet, elas estão enquadradas dentro da segunda hipótese exemplificativa.

A partir da leitura do dispositivo, também é estipulado um prazo para que o consumidor exerça o direito. O prazo é de sete dias, mas pode ser contado a partir de dois termos diferentes. O primeiro termo estipulado é a assinatura do contrato, já o segundo termo trata do recebimento do produto ou serviço.

Tratando-se de compras realizadas pela internet ou pelo telefone, a interpretação acerca do prazo a ser utilizado deve prestigiar a proteção do consumidor. Dessa forma, a contagem se dá a partir do recebimento do produto, pois é a partir do recebimento que o consumidor possui condições razoáveis de examinar o bem de forma mais precisa.

A respeito da natureza jurídica do direito de arrependimento, Claudia Lima Marques defende ser “uma nova causa de resolução do contrato”, que é operada através da faculdade unilateral do consumidor estipulada dentro do prazo legal de reflexão:

Podemos interpretar o art. 49 do CDC como simplesmente instituído, no direito brasileiro, uma nova causa de resolução do contrato. Seria uma faculdade unilateral do consumidor de resolver o contrato no prazo legal de reflexão, sem ter que arcar com os ônus contratuais normais da resolução por inadimplemento (perdas e danos, etc.) O contrato firmado a domicílio seria um contrato, por lei, resolúvel. Como se a antiga figura de direito romano, a cláusula resolutive tácita incorporada ao direito alemão (§ 326 BGB e novo § 355 do BGB Reformado) passasse a existir no direito brasileiro. A resolução opera, então, de pleno direito, não necessitando a manifestação do Judiciário, bastando a simples manifestação de vontade do consumidor em desistir do contrato.²³

Nesse sentido, o direito de arrependimento opera num modo de “eficácia resolúvel”, pelo qual o contrato fica sem efeito quando, dentro do período de reflexão, o direito de arrependimento for exercido. Neste caso, o negócio jurídico tem eficácia desde o início, mas pode se transformar em ineficaz caso o direito de arrependimento

²³ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. O novo regime das relações contratuais. 8ª Ed. revista, atualizada e ampliada. Revista dos Tribunais, 2016. p. 710.

seja exercitado de modo regular. Portanto, pressupõe-se que o contrato foi formado validamente, tendo o direito de arrependimento efeitos negativos.²⁴

A eficácia resolúvel, dessa forma, implica na destruição dos efeitos produzidos, devido ao fato de que, se o contrato é imediatamente eficaz, ele reúne todos os efeitos ligados à prestação e contraprestação. Assim, operada a desistência durante o prazo legal de reflexão, se resolve o contrato, incumbindo à cada parte a devolução de respectiva prestação possivelmente efetuada, livrando-se do vínculo contratual.²⁵

Ainda, consequência que decorre da adoção do modelo de eficácia resolúvel em lugar do modelo de eficácia suspensa é a de que neste o consumidor atua como depositário do bem, enquanto no modelo de eficácia resolúvel o consumidor se configura como proprietário do produto, ou seja, não se trata de mero depositário, pois o contrato teve conclusão instantânea e o recebimento do produto opera a tradição do bem, com conseqüente transferência de domínio.²⁶

Em relação ao parágrafo único do art. 49, o texto também impõe ao fornecedor o dever de restituir, com atualização monetária, qualquer valor eventualmente despendido pelo consumidor durante o prazo de reflexão, ou seja, durante o prazo de sete dias em que é facultado ao consumidor o exercício do direito de arrependimento.

A promulgação do Código de Defesa do Consumidor ocorreu há mais de trinta anos, contados a partir do momento em que este artigo está sendo realizado. Sendo assim, também é necessário entender o contexto em que a norma surgiu.

Naquela época, por exemplo, havia habitualidade na prática da venda *door-to-door*. A prática consistia na visita de vendedores às casas dos potenciais consumidores, realizando a oferta de seus produtos. Acerca do tema, cabe a seguinte exposição:

[...] O consumidor perturbado em sua casa ou no local de trabalho não tem o necessário tempo para refletir se deseja realmente obrigar-se, se as condições oferecidas lhe são realmente favoráveis; não tem o consumidor a chance de comparar o produto e a oferta com outras do mercado, nem de examinar com cuidado o bem que está adquirindo. O consumidor recebe do vendedor, ou da

²⁴ MEIRELLES, Lenilma Cristina Sena de Figueiredo. A proteção do consumidor e o direito ao arrependimento: uma ruptura com os postulados liberais dos contratos. **Revista Jurídica do Ministério Público**, João Pessoa, p. 13-34, 2008. Disponível em: <https://revistajuridica.mppb.mp.br/revista/article/download/42/42/159>. Acesso em: 7 dez. 2023. p. 25-26.

²⁵ *Ibid.* p. 27

²⁶ MEIRELLES, Lenilma Cristina Sena de Figueiredo. A proteção do consumidor e o direito ao arrependimento: uma ruptura com os postulados liberais dos contratos. **Revista Jurídica do Ministério Público**, João Pessoa, p. 13-34, 2008. Disponível em: <https://revistajuridica.mppb.mp.br/revista/article/download/42/42/159>. Acesso em: 7 dez. 2023. p. 27.

correspondência circular enviada, no mais das vezes, informações incompletas, principalmente sobre o preço da mercadoria (por exemplo: curso de computação grátis e em três vezes sem juros - mas com correção monetária; desconto de 20% à vista - assinando a proposta receberá uma Bíblia de graça, não ficando obrigado a contratar etc.). Por fim, se o produto adquirido apresenta algum defeito ou vício de qualidade, não possui o consumidor a possibilidade de reclamar, pois o vendedor não retornará e a fábrica localiza-se em outro Estado da Federação, o que desestimula a reclamação.²⁷

O artigo 49, portanto, permitiu ao consumidor refletir sobre as situações de práticas agressivas de venda, especialmente quanto à prática a domicílio e telefone. Dessa forma, resguarda-se a declaração de vontade do consumidor.

De igual forma, visando resguardar o equilíbrio da relação, nas vendas à distância, como vendas pelo telefone e internet, realizadas de forma massificada, destacam-se os elementos da “pressão” e “distância”, que servem como justificativas para a possibilidade de invocação do art. 49 nestas hipóteses.

A pressão aqui não consiste mais no vendedor que bate à porta do potencial cliente, mas ao potencial colossal da oferta ser veiculada nos mais diferentes locais e ocasiões, como na residência do consumidor, em seu trabalho, em suas férias, ou seja, a qualquer tempo e em qualquer lugar, especialmente quando tratamos das contratações realizadas pela internet. Quanto à distância, ela é um fator que estimula dificuldade do consumidor em verificar e interpretar as condições relativas ao produto/serviço, pois, por exemplo, as informações veiculadas podem ser apenas as condições que o fornecedor julgue interessante em seu favor. Em razão disso, a distância é pensada como um expoente de insegurança na contratação do produto ou serviço por parte do consumidor, que não tem acesso à totalidade das informações.²⁸

A doutrina, de forma quase unânime, acolhe a possibilidade do exercício de direito de arrependimento nas transações envolvendo comércio eletrônico. A parte minoritária, que não acolhe a possibilidade, defende a justificativa de que a contratação partirá do consumidor, portanto, não seria possível o enquadramento nos moldes do “comércio à distância”.²⁹

²⁷ BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do consumidor**. 9. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021. p. 1079.

²⁸ MARQUES, Claudia Lima. Proteção do consumidor no âmbito do comércio eletrônico. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, Rio Grande do Sul, ed. 23, 2003. p. 73.

²⁹ TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do consumidor: Direito material e processual**. 7. ed. São Paulo: Forense LTDA, 2018. p. 373-374.

A jurisprudência, no entanto, também acolhe a possibilidade do exercício do direito de arrependimento em relação às vendas realizadas pela internet:

“Compra e venda pela ‘internet’. Desistência manifestada no prazo do art. 49 do CDC. Cabimento da restituição do valor debitado pela operadora de cartão de crédito. Descabimento, porém, de indenização pelo dano moral atribuído a desgastes e dissabores, já que pessoa jurídica não sofre tal sorte de repercussão psíquica, assim como de aluguéis pela sala na qual os bens ficaram guardados até retirada pelo vendedor. Apelação parcialmente provida” (TJSP – Apelação 0117190-97.2008.8.26.0100 – Acórdão 4926888, São Paulo – Trigesima Sexta Câmara de Direito Privado – Rel. Des. Arantes Theodoro – j. 03.02.2011 – DJESP 18.02.2011).

“Reparação de danos. Consumidor. Compra e venda de aparelho celular efetuada pela internet. Direito de arrependimento exercido conforme art. 49 do CDC. Transtornos para confirmar o distrato. Má comunicação entre a loja e a operadora do cartão de crédito. Cobrança das parcelas na fatura. Direito à restituição, em dobro, dos valores pagos. Inexistência de danos morais. Recurso parcialmente provido” (TJRS – Recurso Cível 71002280618, Soledade – Segunda Turma Recursal Cível – Rel. Des. Vivian Cristina Angonese Spengler – j. 21.10.2009 – DJERS 29.10.2009, p. 159).

Importa destacar que o direito de arrependimento se trata de um direito potestativo, ou seja, para ser exercido não é necessária a apresentação de uma justificativa. Em consonância, se encontra o posicionamento do STJ: “Quando o contrato de consumo for concluído fora do estabelecimento comercial, o consumidor tem o direito de desistir do negócio em 7 dias, sem nenhuma motivação, nos termos do art. 49 do CDC” (AgRg no AREsp 533.990/MG, j.18.08.2015, rel. Min. Moura Ribeiro, DJe 27.08.2015).

De igual forma, também insta salientar não ser possível a penalização em forma de multa em razão do exercício do direito, justamente pela incompatibilidade com o sistema nacional de proteção ao consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor não apresenta exceções quanto à aplicação do direito de arrependimento. No entanto, já existe jurisprudência limitando sua aplicação:

Direito do Consumidor e Administrativo. Ação Anulatória. Companhia Prestadora De Serviço De Transporte Aéreo. Procon/DF. Multa. Aplicação. Exercício Regular Do Poder De Polícia. Legitimidade. Usurpação De Competência Jurisdicional. Inocorrência. Sanção. Aplicação. Origem. Comércio De Passagens Aéreas Pela Internet. Sítio Da Fornecedora. Desistência Do Contrato. Iniciativa Do Consumidor. Aplicação De Multa Contratual Pela Fornecedora. Direito De Arrependimento. Art. 49 Do CDC. Inaplicabilidade À Espécie Contratual. Interpretação Teleológica Do Instituto. Necessidade. Sanção Desconstituída. (TJDFT – Apelação Cível

2012.01.1.036089-6 - Primeira Turma Cível – Rel. Des. Teófilo Caetano – j. 02.04.2014 – DJEDF 05.05.2014)

Apelação Cível. Direito Do Consumidor. Desistência Da Compra De Passagens Aéreas. Pleito Indenizatório Por Danos Morais E Ressarcimento Integral Do Valor Da Passagem. Sentença De Improcedência. Inconformismo. Valor Indenizado Que Corresponde Exatamente Aos Descontos Realizados. Inaplicabilidade Do Art. 49, Cdc, Eis Que O Autor Tem A Mesma Ciência Do Serviço Contratado, Seja Adquirindo Em Sua Residência Ou Junto Ao Balcão Da Companhia Aérea. Precedente Deste E. Tribunal. Inexistência De Dano Moral. Responsabilidade Objetiva Do Fornecedor. Rompimento, Entretanto, Do Nexo Causal, Pela Inexistência De Defeito Na Prestação Do Serviço (Art. 14, §3º, I, Cdc). Autor Plenamente Cientificado A Respeito Dos Descontos A Serem Realizados, Posto Que Estes Eram A Compensação Pela Aquisição De Passagens Com Valores Especiais. Recurso A Que Se Nega Seguimento, Na Forma Do Art. 557, Caput, Do Cpc. (0040776-88.2010.8.19.0001 - Apelação. Des(A). Marco Aurélio Bezerra De Melo - Julgamento: 16/01/2013 - Décima Sexta Câmara Cível)

Portanto, ao menos nas relações de consumo envolvendo a compra de passagem aéreas, já existe entendimento que limita o exercício do direito de arrependimento, sendo dois os principais fundamentos neste caso: (i) a interpretação teleológica que se faz necessária e (ii) em razão da indiferença quanto à informação pela modalidade de contratação física ou à distância, pois em ambas o consumidor tem a mesma ciência.

4. POSSIBILIDADE DE LIMITAÇÃO AO EXERCÍCIO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO EM RELAÇÃO AOS JOGOS ELETRÔNICOS ONLINE

4.1 A TEORIA DO DIÁLOGO DE FONTES

A partir do capítulo anterior, foi possível perceber que a jurisprudência já aceita a limitação do exercício do direito de arrependimento, sendo ou a partir da necessidade da interpretação teleológica, ou a partir do fato de que não existe diferença entre as informações comunicadas ao consumidor pela modalidade presencial ou à distância.

Erik Jayme, no contexto do “pluralismo pós-moderno”, defendeu uma necessidade de maior coordenação entre as leis dentro de um mesmo ordenamento, visando tornar o sistema eficiente e justo.³⁰

A pluralidade de leis faz surgir o fenômeno de “conflito de leis no tempo”, indicando a colisão de leis. O Código de Consumidor, de 1990, e o Código Civil, de 2002, poderiam sofrer a incidência desse fenômeno. Dessa forma, o conflito poderia ser resolvido a partir da prevalência de uma delas.³¹

Assim, haveria a lei antiga, “tese”, e a lei nova, “antítese”, e, adiante, a síntese (revogação), que serviria ao intuito de trazer segurança ao ordenamento. Neste contexto, três critérios seriam considerados para resolução do conflito de leis: anterioridade, especialidade e hierarquia.

Entretanto, na doutrina atual, a visão mais aceita é a de harmonia e coordenação de normas, em que o ordenamento jurídico é interpretado como um sistema. Essa coerência é chamada de “coerência derivada ou restaurada”, e busca uma eficiência não só a partir do critério hierárquico, mas também funcional no direito contemporâneo que abrange uma pluralidade e complexidade de normas. A partir da coerência devida, busca-se evitar fenômenos como “antinomia”, “incompatibilidade” ou a “não coerência”.³²

Dessa forma, para superar o problema dos conflitos de lei, é necessária a adoção da técnica de “diálogo das fontes”, visando a aplicação simultânea, coerente e coordenada das múltiplas fontes legislativas convergente. O “diálogo” é empregado no sentido de influências recíprocas, é utilizando no sentido de que as normas são aplicadas de forma simultânea e ao mesmo caso, de forma complementar, subsidiária, ou, ainda, de modo a permitir a escolha facultativa.

Também importa evidenciar que o Código de Defesa do Consumidor também aborda os mesmos princípios insculpidos no Código Civil de 2002, como o princípio da

³⁰ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2013. p. 36.

³¹ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2013. p. 34-35.

³² *Ibid*, p. 35.

boa-fé objetiva³³, função social do contrato, que se trata de um princípio implícito, entre outros. Indicando, portanto, uma convergência entre os diplomas.

Dessa forma, é necessário que o direito de arrependimento seja interpretado em consonância com a teoria do diálogo das fontes, podendo ter seu exercício mitigado quando esbarrar em princípios convergentes do Código Civil e do Código de Defesa do Consumidor.

4.2 O EXERCÍCIO ABUSIVO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO EM RELAÇÃO AOS JOGOS ELETRÔNICOS ONLINE

Em que pese o direito de arrependimento ter caráter potestativo, ou seja, não ser necessária nenhuma justificativa para seu exercício, não pode ser desconsiderada sua função principal: a proteção do consumidor.

Segundo Ligia Vasconcelos, a respeito dos limites para o exercício do direito de arrependimento, destaca-se que, embora não haja atualmente um rol exemplificativo de restrições a esse direito, o ordenamento jurídico brasileiro tem considerado as nuances de cada situação. Nesse contexto, utiliza os princípios da razoabilidade e da boa-fé como instrumentos para conciliar a proteção do consumidor com o progresso econômico e tecnológico.³⁴

Dada a natureza imaterial do objeto, faz-se mister uma reflexão. Se levada em conta apenas a aplicação literal do art. 49, sem colocá-lo em paralelo com outros princípios do CDC e CC, como a boa-fé objetiva e a função social do contrato, poderiam ser criadas situações de ônus excessivo ao fornecedor, mesmo considerando os riscos assumidos em razão da contratação online, de forma a prejudicar o equilíbrio contratual e o desenvolvimento tecnológico.

³³ Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

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

³⁴ VASCONCELOS, Ligia. Os limites do direito de arrependimento. Disponível em:

<<https://ligiavasconcelos.jusbrasil.com.br/artigos/460733580/os-limites-ao-direito-de-arrependimento>>. Acesso em: 29 novembro. 2023.

Nesse sentido, com base na teoria do diálogo das fontes, o direito de arrependimento também pode ser utilizado de forma abusiva, sujeito à hipótese de abuso do direito e, portanto, passível de ser ato ilícito.

A teoria do abuso do direito surgiu no final do século XIX, superando as concepções individualistas, que acreditavam no direito subjetivo ilimitado, por ser poder da vontade e a maior expressão da liberdade individual. Nesse sentido, a teoria do abuso do direito resulta de uma concepção relativista dos direitos.³⁵

Segundo Orlando Gomes, o abuso do direito funciona como um “*conceito amortecedor*”, sendo sua função aliviar os frequentes choques na interação da lei e o mundo real. Assim, a teoria serve como “fórmula elástica para reprimir toda ação discrepante de novo sentido que se empresta ao comportamento social”.³⁶

O abuso de direito ocorre quando o sujeito excede os limites do direito, fixados pelo fundamento axiológico deste. Ou seja, o abuso decorre do interior do próprio direito a partir de uma desconformidade com seu sentido teleológico, ou seja, a razão fundadora do direito subjetivo. Dessa forma, o fim, social ou econômico, de um direito subjetivo não é exterior à estrutura do próprio direito subjetivo, mas é sim elemento da própria natureza deste direito.³⁷

Para Josserand, o verdadeiro critério do abuso do direito se dá pelo desvio do direito de seu espírito, ou seja, de sua finalidade ou função social. Assim, segundo essa lógica, o exercício de todos os direitos subjetivos, se praticados de forma regular, devem guardar correlação no plano de função a que correspondem.³⁸

São as bases estruturais do abuso do direito: titularidade de um direito subjetivo; sua utilização nos limites objetivos que lhe são traçados em lei, com respeito à letra da norma; a confrontação do elemento pessoal subjetivo com a função no fim do direito em causa (elemento social). Entretanto, a detecção de qual seria o elemento jurídico que poderia servir como parâmetro para avaliar os motivos ilegítimos da atuação do titular do direito é a principal dificuldade. Atualmente, a investigação do abuso do direito consiste na verificação se o exercício formal do direito guarda relação com seu fundamento valorativo.³⁹

³⁵ ROSENVALD, Nelson; FARIAS, Cristiano Chaves de. **Curso de Direito Civil I: Parte Geral e LINDB**. 13. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Atlas, 2015. p. 580

³⁶ *Ibid.* p.581

³⁷ *Ibid.* p.581

³⁸ *Ibid.* p.581

³⁹ *Ibid.* p.581-582

O Código Civil de 2002 consagrou expressamente a teoria do abuso de direito em seu artigo 187.⁴⁰ Assim, o abuso do direito pode ser verificado a partir da violação do elemento axiológico da norma, ou seja, quando há contrariedade entre o comportamento do indivíduo e o fim, econômico ou social, do preceito.

Nesse sentido, a fim de determinar o exercício admissível do direito, é necessário observar os limites impostos pelo art. 187 do CC: a boa-fé, que serve como parâmetro de correção e honestidade nas relações obrigacionais, os bons costumes, a função social e econômica dos direitos. O artigo reúne os três princípios éticos que presidem o sistema.⁴¹

Ainda, sobre a relação entre abuso de direito e boa-fé, discorre Rosenvald:

O verdadeiro critério do abuso do direito, por conseguinte, parece se localizar no princípio da boa-fé, pois em todos os atos geralmente apontados como abusivos estará presente uma violação ao dever de agir de acordo com os padrões de lealdade e confiança, independentemente de qualquer propósito de prejudicar. Por isso, conforme a lição de Teresa Negreiros, boa-fé e abuso do direito complementam-se, operando aquela como parâmetro de valoração do comportamento dos contratantes: o exercício de um direito será irregular e, nessa medida, abusivo se consubstanciar quebra de confiança e frustração de legítimas expectativas.⁴²

No âmbito contratual, em que as partes devem agir com lealdade e confiança mútuas entre si, é comum que o comportamento abusivo seja identificado como uma violação da boa-fé. Isso implica uma expansão da compreensão de abusividade, atualmente delineada também pela contrariedade aos bons costumes e aos objetivos econômicos e sociais do direito.⁴³

Enquadrando a teoria do abuso de direito ao objeto do estudo, podemos entender que haverá uso abusivo do direito de arrependimento quando: (i) existir um consumidor titular do direito de arrependimento, (ii) o qual exerce o direito em conformidade com a descrição objetiva da norma (dentro do prazo legal e na hipótese de compra realizada fora do estabelecimento comercial), (iii) mas cujo elemento pessoal subjetivo, ou seja, razão do exercício do direito não guarda harmonia com o fundamento valorativo-material do preceito.

⁴⁰ Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

⁴¹ ROSENVALD, Nelson; FARIAS, Cristiano Chaves de. **Curso de Direito Civil I: Parte Geral e LINDB**. 13. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Atlas, 2015. p. 584

⁴² *Ibid.* p. 584

⁴³ PINHEIRO, Rosalice Fidalgo. **O Abuso do Direito e as relações contratuais**. 1. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2002. p. 305.

Tratando-se do elemento pessoal subjetivo, que será examinado para a configuração ou não do abuso do direito, existem duas principais correntes doutrinárias: uma primeira, que entende que esse elemento pessoal deve ser valorado a partir da boa-fé objetiva, ou seja, *um dever de conduta contratual ativo*, enquanto a boa-fé subjetiva é fundada em um *estado psicológico*.⁴⁴

Sendo o objetivo geral do Código de Defesa do Consumidor o equilíbrio da relação de consumo, e levando em conta que o consumidor é a parte mais frágil da relação, parece mais adequado que o exame desse elemento pessoal objetivo leve em conta a boa-fé subjetiva do consumidor. Caso o exame fosse realizado segundo a boa-fé objetiva, eventualmente o consumidor poderia ser penalizado por mera ausência de boa-fé, o que poderia desequilibrar ainda mais a relação.

Dessa forma, se no exame da boa-fé subjetiva restar comprovado que o consumidor agiu de má-fé ao exercer o direito de arrependimento em assimetria com sua função social, a qual é a proteção do consumidor, configurar-se-á o abuso de direito. Dessa forma, de acordo com o art. 187 do CC, fica configurado ato ilícito, sujeito a reparação, conforme art. 927, do CC.⁴⁵

5. CONCLUSÃO

No presente trabalho, explorou-se a relação de consumo dos jogos eletrônicos online, o direito de arrependimento nas relações de consumo, além da teoria do diálogo das fontes e o exercício abusivo do direito de arrependimento nas relações de consumo de jogos eletrônicos online.

Primeiramente, cabe destacar os elementos típicos das relações de consumo envolvendo jogos eletrônicos online: o contrato de adesão (contrato despersonalizado), a forma de contratação remota, o objeto imaterial (o jogo em si, ou micro transações que acontecem a partir dele). Além disso, também foram verificados os agentes que atuam como fornecedor nessas relações: as empresas desenvolvedoras, que detém a plena propriedade autoral do jogo, e as publicadoras, empresas que cumprem o papel de comercialização do jogo. Uma das peculiaridades analisadas também em relação aos

⁴⁴ MODENESI, Pedro. A relação entre o abuso do direito e a boa-fé objetiva. **Revista Direitos Fundamentais & Democracia**, Paraná, v. 7, ed. 7, p. 324-351, 2010. Disponível em: revistaeletronicardfd.unibrasil.com.br/index.php/rdfd/article/download/45/45/49. Acesso em: 7 dez. 2023. p. 334-336.

⁴⁵ Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

jogos eletrônicos é a de que os usuários, ao aceitarem o contrato eletrônico, normalmente não dispõe da propriedade do jogo em si, mas sim de seu direito de uso, que é muitas vezes limitado para não serem realizadas quaisquer práticas comerciais.

Quanto ao direito de arrependimento nas relações de consumo, verificou-se que o direito de arrependimento é passível de ser exercido nos casos em que a contratação ocorre fora do estabelecimento comercial, cenário compatível com a contratação dos jogos eletrônicos. O Direito de arrependimento dispõe de um prazo de 7 dias para ser exercido, sem necessidade de justificativa, e se apresenta como modelo de eficácia resolúvel, ou seja, pelo qual o negócio pode se transformar em ineficaz se exercido de forma regular. Ademais, verificou-se que tanto doutrina como jurisprudência aceitam o exercício do direito de arrependimento em relação às vendas realizadas pela internet. Porém, também foi verificado entendimento jurisprudencial no sentido de limitar o exercício do direito de arrependimento em relação às passagens aéreas compradas online em razão de que não haveria assimetria informacional entre as modalidades físicas e online e, mais importante, pela interpretação teleológica.

Prosseguindo, verificamos também a teoria do diálogo das fontes, que nasce da necessidade de maior coordenação das leis dentro de um pluralismo pós-moderno. A teoria do diálogo de fontes surge justamente com o propósito de dar maior harmonia e coordenação às normas, buscando uma eficiência não só a partir do critério hierárquico, mas também do critério funcional. O diálogo de fontes busca evitar incompatibilidades e incoerências entre normas. Dessa forma, emprega-se o sentido de influências recíprocas, em que as normas são aplicadas de forma simultânea, complementar, subsidiária ou facultativamente. Em razão da similaridade de princípios entre o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor, se faz plenamente possível o uso da teoria.

Quanto à figura do abuso de direito, ele pode ser configurado quando o exercício do direito for empregado em desconformidade com seu sentido teleológico, ou seja, pelo desvio da função social do direito subjetivo. Para a configuração do abuso de direito na relação de consumo de jogos eletrônicos online é necessário que exista um consumidor titular do direito de arrependimento, que tal consumidor exerça o direito em conformidade com a descrição objetiva da norma (dentro do prazo legal e na hipótese de compra realizada fora do estabelecimento comercial), mas cujo elemento pessoal subjetivo, ou seja, razão do exercício do direito não guarda harmonia com o fundamento valorativo-material do preceito, ou seja, a razão do exercício seja contrária ao fim de proteção do fornecedor. Ainda, no caso do exame do abuso de direito nas relações de

consumo de jogos eletrônicos online, conclui-se que tal exame deve ser realizado através da verificação da boa-fé subjetiva, sob pena de desequilibrar demasiadamente a relação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do consumidor**. 9. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021. 840 p. ISBN 978-65-5614-463-4. *E-book*.

ROPPO, Enzo. **O Contrato**. Coimbra: Almedina, 1947. 370 p. ISBN 978-972-40-3647-2.

FILHO, Afrânio de Amorim Francisco Soares *et al.* Microtransações em jogos eletrônicos: panorama do comportamento e motivações de jogadores ativos para o consumo de bens e serviços virtuais. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, Rio de Janeiro, v. 9, ed. 3, p. 8-23, 2023. Disponível em: <https://www.rasi.vr.uff.br/index.php/rasi/article/view/724>. Acesso em: 20 nov. 2023.

FINKELSTEIN, Maria Eugenia Reis; NETO, Fernando Sacco. **Manual de Direito do consumidor**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 264 p. ISBN 978-85-352-2395-8.

JAYME, Erik. **Identité culturelle et intégration: Le droit internationale privé postmoderne**. Recueil des Cours de l'Académie de Droit International de la Haye, Kluwer, Dordrecht, 1995, II.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2013. 1966 p. ISBN 978-85-203-4812-3

_____. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: Um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2004. 544 p. ISBN 85-203-2604-8.

_____. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. O novo regime das relações contratuais. 8ª Ed. revista, atualizada e ampliada. Revista dos Tribunais, 2016. 1536 p. ISBN 978-8520366400

_____. Proteção do consumidor no âmbito do comércio eletrônico. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, Rio Grande do Sul, ed. 23, p. 47-84, 2003. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/revfacdir/article/view/73065>. Acesso em: 20 nov. 2023.

MEIRELLES, Lenilma Cristina Sena de Figueiredo. A proteção do consumidor e o direito ao arrependimento: uma ruptura com os postulados liberais dos contratos. **Revista Jurídica do Ministério Público**, João Pessoa, p. 13-34, 2008.

Disponível em: <https://revistajuridica.mppb.mp.br/revista/article/download/42/42/159>. Acesso em: 7 dez. 2023.

MENDES, Cláudio Lúcio. **Jogos Eletrônicos: Diversão, poder e subjetivação**. São Paulo: Papirus, 2006. 155 p. ISBN 978-8530808082.

MODENESI, Pedro. A relação entre o abuso do direito e a boa-fé objetiva. **Revista Direitos Fundamentais & Democracia**, Paraná, v. 7, ed. 7, p. 324-351, 2010. Disponível em: revistaeletronicardfd.unibrasil.com.br/index.php/rdfd/article/download/45/45/49. Acesso em: 7 dez. 2023.

PINHEIRO, Rosalice Fidalgo. **O Abuso do Direito e as relações contratuais**. 1. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2002. 457 p. ISBN 85-7147-835-1.

ROSENVALD, Nelson; FARIAS, Cristiano Chaves de. **Curso de Direito Civil 1: Parte Geral e LINDB**. 13. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Atlas, 2015. v. 1. ISBN 978-85-224-9443-9. *E-book*.

VASCONCELOS, Ligia. **Os limites do direito de arrependimento**. Disponível em: <https://ligiavasconcelos.jusbrasil.com.br/artigos/460733580/os-limites-ao-direito-de-arrependimento>. Acesso em: 29 novembro. 2023.

TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do consumidor: Direito material e processual**. 7. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Forense LTDA, 2018. 882 p. ISBN 978-85-309-7842-6. *E-book*.

ZENDLE, D., Meyer, R., & BALLOU, N. (2020). **The changing face of desktop video game monetization: An exploration of exposure to loot boxes, pay to win, and cosmetic microtransactions in the most played Steam games of 2010-2019**. *PLoS ONE*, 15(5), 1-6.

ZWICKER, Helio Brogna Coelho. **Direito e E-sports**. São Paulo: Edição Independente, 2021. 133 p. ISBN 978-65-00-25563-8. *E-book*