

Informe resultante de la mesa de discusión de las IV Jornadas en Defensa de los Derechos Digitales

En las IV Jornadas en Defensa de los Derechos Digitales en Videojuegos queremos continuar el trabajo que inició hace 4 años con las primeras jornadas y en las que venimos discutiendo qué políticas públicas y acciones podemos impulsar para mejorar la industria del videojuego.

En esta edición propusimos una mesa de discusión que tuvo lugar el 15 de septiembre en el Canòdrom Barcelona y a la que invitamos a una representación de las instituciones responsables de políticas públicas, empresas de videojuegos y organizaciones y asociaciones de la sociedad civil.

Los asistentes a la mesa fueron:

José Céspedes - Lead Game Designer en Péndulo Studios
Marisol López - Directora General d'Innovació i Cultura Digital en Generalitat de Catalunya
Thai Jungpanich - Senior Policy Officer en Open Society
Oscar G. Panella - Cookie Box/ Director ENTI
Gisela Vaquero - Women in Games / CEO en Jelly World Interactive
Arnau Monterde - Director de Innovación Democrática en el Ayuntamiento de Barcelona.
Joan Francesc Bañó - Director ejecutivo GameBCN
Ruth Contreras Espinosa - Investigadora en la universidad de VIC
Víctor Rubio Maturana - Resistencia Videolúdica

Introducción - A cargo de Luca Carrubba y Eurídice Cabañes, codirectores de Arsgames

El videojuego es el medio más influyente de nuestra contemporaneidad con un vasto número de usuarios; un espacio de generación de universos simbólicos con la capacidad de generar y legitimar discursos; y tiene una clara influencia en procesos de participación comunitaria, cívica y cultural.

El videojuego, pese a ser un producto cultural, a la vez que un producto tecnológico de alto impacto, ha sido tradicionalmente dejado de lado tanto de las luchas tanto por los derechos digitales, como de los mecanismos de fomento de la cultura y las políticas públicas.

Algunas de las problemáticas que encontramos, en este medio que es exclusivamente privado, son el extractivismo de datos y el empleo de patrones de diseño oscuros que

generan conductas adictivas, así cómo la falta de transparencia en productos algorítmicos protegidos bajo leyes de propiedad intelectual.

El debate en torno a nuestros datos ha estado centralizado principalmente en las redes sociales, alcanzando su punto culminante con la controversia que surgió a raíz del caso de Cambridge Analytica. En este caso, quedaron expuestos de manera evidente los intereses políticos y económicos que se ocultan detrás de las tecnologías de recopilación de datos, intereses que no siempre son transparentes.

Este escándalo desencadenó una serie de publicaciones (Cadwalladr, 2018; Persili, 2017), conferencias (Cadwalladr, 2019) y debates (Bannon, 2018) que cuestionaron cómo las redes sociales funcionan como cajas negras. Estas plataformas resultan difíciles de regular eficazmente debido a que no podemos comprender completamente su funcionamiento, ya que son sistemas cerrados y privados.

Es sorprendente que, mientras disfrutamos de videojuegos, generamos cantidades considerablemente mayores de datos en comparación con nuestras actividades en las redes sociales, y sin embargo, se presta poca atención a este fenómeno. También es un enigma qué se hace con esos datos y cuáles son los intereses que impulsan su recopilación. Quizás uno de los pocos intentos de regulación en este ámbito ocurrió en Nuevo México (Valentino, 2018), donde se descubrió que muchos videojuegos dirigidos a niños estaban recopilando datos de manera que violaba sus derechos y los exponía a riesgos.

La extracción de datos se ha convertido en un gran negocio en un mercado donde la mayoría de las ganancias provienen cada vez más de los datos en sí, o de videojuegos gratuitos que ofrecen compras dentro del juego. Estas prácticas, basadas en el conductismo, rozan con la promoción de la ludopatía (del Castillo y Sarabia, 2018).

Además, la información obtenida mediante estas técnicas difiere de la que se obtiene de otras formas de neuromarketing, ya que en la mayoría de los casos de neuromarketing, las personas no son conscientes de la información que están revelando, lo que plantea interrogantes sobre la libertad de consentimiento (Monge Benito y Fernández Guerra, 2011). Esta discrepancia en la transparencia es una característica distintiva de la industria de los videojuegos.

“El videojuego sabe todo sobre el jugador, pero el jugador conoce únicamente lo que está representado en la superficie del juego. En una sociedad interpenetrada por el software, el individuo es transparente a las analíticas de datos, pero las analíticas están ocultas del individuo” (Allen-Robertson, 2015:17).

El aumento en el análisis de datos en la industria de los videojuegos y su entrelazamiento con los intereses políticos y económicos de gobiernos y empresas está transformando el entretenimiento en un terreno de lucha en la geopolítica internacional. Con más de 1200 millones de jugadores que generan enormes cantidades de datos en cada partida, aquellos que puedan acceder a estos datos y aprovecharlos tienen el potencial de influir significativamente en la democracia si entendemos que “la construcción de una opinión pública prefabricada, construida, heterónoma y, en definitiva, no propia de los públicos es una de las amenazas principales sobre la democracia” (Feensca et al. 2017:11).

En los últimos años, ha crecido la conciencia pública sobre la importancia de proteger los datos personales, especialmente en Europa, donde se están considerando medidas legislativas para salvaguardar a los usuarios. Quiénes somos, qué hacemos y cuándo lo hacemos son datos esenciales que impulsan una economía global basada en la extracción de información. Es ampliamente conocido que nuestros teléfonos móviles y las aplicaciones que utilizamos nos vigilan y rastrean, transformando nuestra vida digital en activos publicitarios en el mercado negro de datos. Sin embargo, lo que se comprende mucho menos es cómo los videojuegos forman parte de este modelo económico. A pesar de ello, investigaciones recientes de Kröger, Raschke, Campbell y Ullrich¹ han revelado que los videojuegos lideran la extracción de datos, innovando en la cantidad y diversidad de datos extraíbles y marcando pautas más avanzadas en comparación con otros competidores en el entorno digital.

Esta investigación pionera ha creado una taxonomía de las diversas formas en que los videojuegos recopilan datos que muestra cómo los videojuegos tienen la capacidad de inferir información sobre género y edad, no solo a partir de los datos que los usuarios ingresan en el sistema, sino también mediante el análisis del comportamiento de juego, lo que permite obtener conclusiones precisas. Además, estos juegos pueden reconocer nuestras emociones, ya que jugar conlleva una amplia gama de respuestas emocionales. Asimismo, es posible medir nuestras habilidades blandas (soft skills), lo que ha llevado al desarrollo de proyectos europeos dedicados a este campo. Los videojuegos se han convertido en un terreno fértil para estudiar estas habilidades, que son cada vez más demandadas en el mercado laboral actual. Por último, los investigadores también han descubierto que los videojuegos pueden proporcionar inferencias sobre la situación financiera de los jugadores, contribuyendo así a la creación de perfiles de consumo detallados. Estos datos, cuando se cruzan y analizan adecuadamente, pueden ofrecer una visión completa de la personalidad de cada individuo, lo que los convierte en un objetivo atractivo para el neuromarketing y el neuromarketing político.

La tecnología presente en los videojuegos permite el uso de sensores que registran nuestra actividad biológica con una precisión cada vez mayor. Además de ser un medio algorítmico, el videojuego actúa como una puerta de entrada para tecnologías avanzadas en los hogares de la clase media. Sensores como el touchscreen, acelerómetros y dispositivos de seguimiento ocular se han integrado por primera vez a través de los dispositivos de juego.

Toda esta información detallada sobre los comportamientos individuales no se limita simplemente a la creación de perfiles publicitarios. En un mundo donde el capitalismo busca convertir cada aspecto de la vida en algo productivo, el juego digital, en particular el metaverso y el entretenimiento masivo, se presenta como una mercancía ideal en la nueva fase productiva. Como sostiene el economista Martin Lee (1993), cada fase del capitalismo se define por bienes que encapsulan las formas de producción y consumo de esa era. Los videojuegos representan el bien ideal de la era actual.

Por lo tanto, los videojuegos no solo se destacan en la extracción innovadora de información, sino que también representan un espacio donde convergen las promesas del

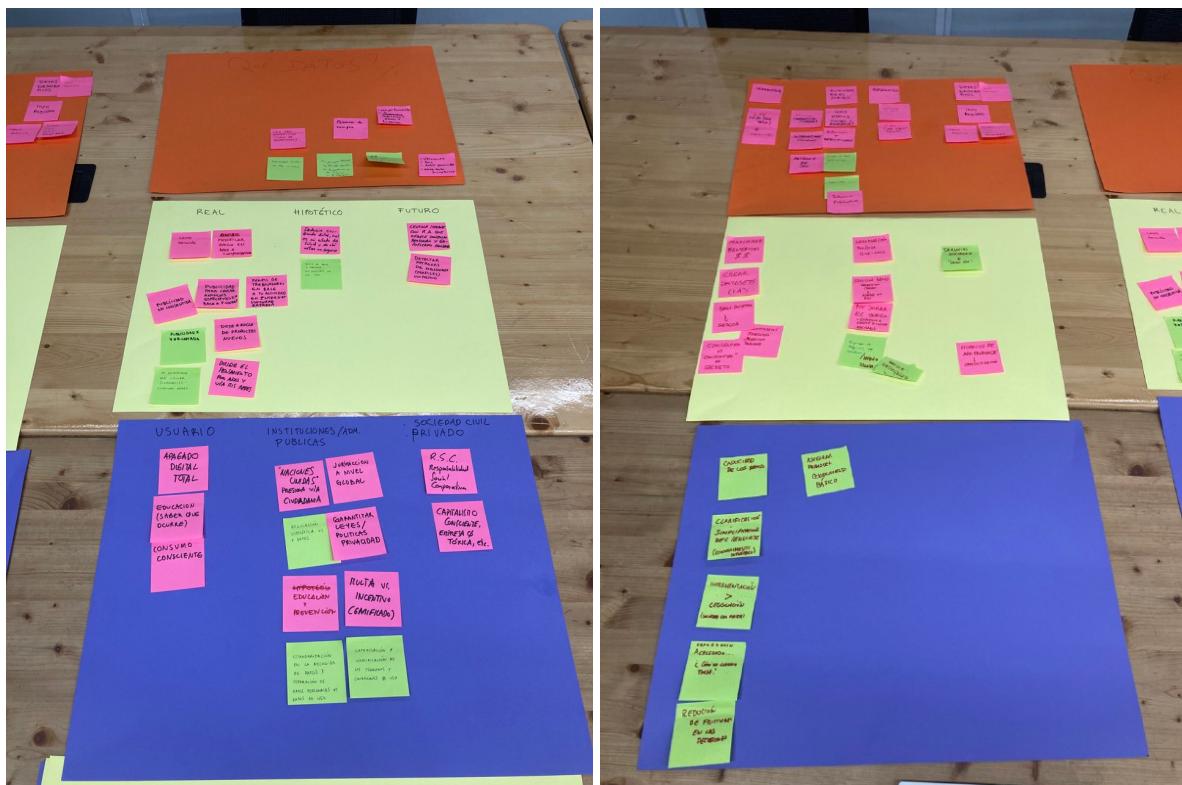
¹ Kröger, J. L., Raschke, P., Campbell, J. P., & Ullrich, S. (2023). Surveilling the gamers: Privacy impacts of the video game industry. *Entertainment Computing*, 44, 100537.

futuro. Están en disputa, jugando un papel en la construcción del futuro y en la comprensión de nuestro mundo. Los videojuegos se presentan como artefactos de predicción y comprensión.

Son estas algunas de las razones las que nos llevan a plantear la necesidad de abrir y enriquecer el debate con esta mesa cuyos resultados se presentarán durante las IV Jornadas en Defensa de los Derechos Digitales en Videojuegos que tendrán lugar en octubre en el Canòdrom.

Dinámica

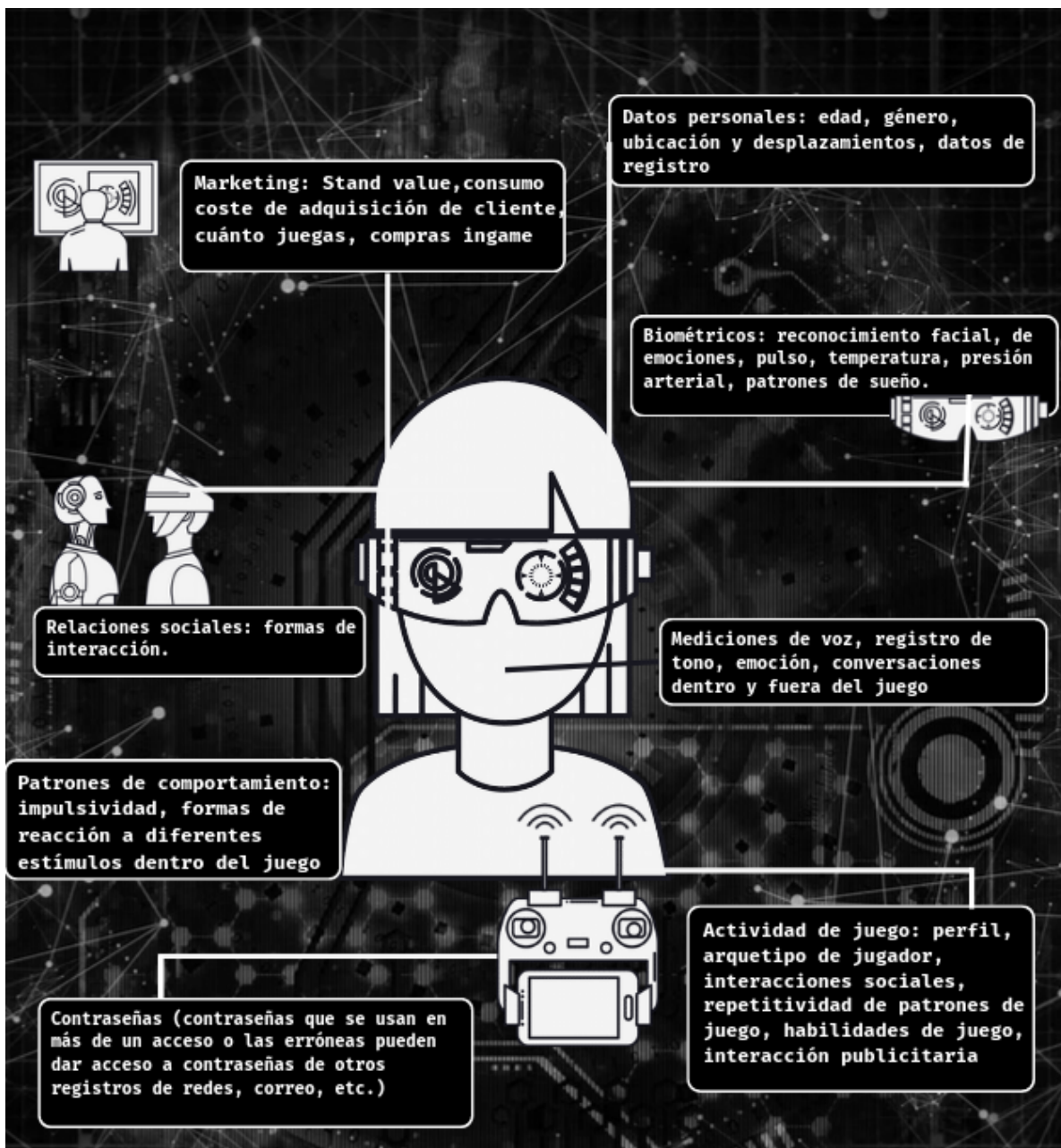
En la mesa se propusieron dinámicas participativas en dos grupos en las que se recogían los comentarios de las personas asistentes a partir de postits en cartulinas y el posterior debate al respecto de las siguientes cuestiones.



Temas: ¿Qué datos se obtienen de los videojuegos?

Hay un problema de acceso a los datos de forma que es difícil saber qué datos se están recogiendo y qué se puede hacer con ellos. Al tratarse de productos digitales privados protegidos por leyes de propiedad intelectual no hay forma de auditar los algoritmos para ver qué datos se están recogiendo. Por suerte al contar con personas que son parte de la industria podemos hablar de un modo más informado desde dentro del tipo de datos que se recogen o pueden recogerse, teniendo en cuenta que las posibilidades de recogida de datos pueden variar mucho en función del tipo de juego, de la plataforma de juego y de la propia interfaz. También surge como una cuestión importante diferenciar cuáles de estos datos pueden ser recogidos exclusivamente de los videojuegos y cuáles son comunes a otros espacios digitales.

A continuación desglosamos los que se mencionaron durante la dinámica:



Marketing:

- *Life time value*: es lo que se va a gastar una persona a lo largo de toda su vida en el juego
- Coste de adquisición de cliente: es el coste, por ejemplo en publicidad, que nos cuesta conseguir cada cliente.

(estos dos datos se cruzan, ya que si el coste de adquisición de cliente es mayor que el *life time value* la empresa pierde dinero)

- Consumo
- Cuánto juegas: cuántas horas juegas, cuándo juegas y cuánto cada vez.
- Compras ingame: Las compras que se realizan dentro del propio juego con dinero real, ya sean de dinero del juego, vestuario o personalizaciones, o elementos que dan ventajas competitivas.

Actividad de juego:

- Perfil: nickname e información general de perfil. Importante destacar que muchas personas tienen el mismo nickname (en ocasiones hasta la misma contraseña) en diversos sitios, redes sociales, foros. Por lo que esta información ya nos permite acceder a muchísima información más de la persona.
- Tipo de jugador: qué tipo de jugador eres. Hay muchos teóricos que han definido diferentes tipos de jugadores. Bartle los divide en exploradores, triunfadores, sociales y asesinos, Andrzej Marczewski los divide en Sociales, Espíritus libres, Maestros, Filántropos, Disruptores y Jugadores tradicionales... Hay bastantes más clasificaciones, pero lo importante es que se puede definir a través de tu modo de juego el tipo de perfil de jugador con el que cuentas, o si oscilas entre varios.
- Repetitividad de patrones de juego: que tipo de acciones realizas de forma impulsiva, compulsiva o de una forma repetida en el tiempo.
- Habilidades de juego: Cada vez más los videojuegos se emplean para medir habilidades blandas (softskills) que pueden ser empleadas tanto para detectar funcionamientos normales o desviados a nivel neuronal o psicomotor, como para selección de personal, evaluación inicial de acceso a estudios, etc.
- Interacción publicitaria: cuánto y cómo interactúan las personas usuarias con la publicidad, con cuál, qué anuncios les parecen más atractivos.

Datos personales:

- Edad
- Género
- Ubicación: dónde estás pero también cómo te mueves, a dónde te mueves, cómo te desplazas de un sitio a otro, si caminas, vas en coche, en transporte público... Esta información se puede extraer de cualquier juego que tenga acceso a tu ubicación pero especialmente sucede en los geolocalizados como por ejemplo Pokemon Go.
- Datos de registro: la información de registro en el perfil, nombre de usuario, correo, contraseña, etc.

Datos biométricos:

- Reconocimiento facial no solo a efectos de identidad (saber quién es la persona o personas que están jugando), sino también para el...
- Reconocimiento de emociones (detectar estados de ánimo y cómo fluctúan en base a diferentes estímulos o interacciones)
- Datos a través de las interacciones táctiles: a través de los dedos se puede saber el pulso, temperatura, presión arterial... sobre estos se pueden inferir muchos más como el estado general de salud, consumo de drogas o medicamentos, qué estímulos dentro del juego generan estados de más excitación o más calma, o cuáles son los patrones de sueño de la persona jugadora.

Relaciones sociales:

Formas de interacción con otras personas, dentro y fuera del juego: quienes son mis amigos en las diferentes plataformas de juego, cómo juego con ellos, cómo me comporto con otros jugadores dentro del juego, tendencias a socializar o no con otros jugadores en el espacio y los modos de hacerlo. O incluso relaciones sociales fuera del juego a través de micros abiertos durante el juego, discusiones familiares, comentarios o conversaciones de personas que comparten el mismo espacio.

Patrones de comportamiento:

- Impulsividad
- Formas de reacción a diferentes estímulos dentro del juego

Mediciones de voz

- Registro de tono
- Emoción
- Conversaciones dentro y fuera del juego (es decir, se pueden recoger también conversaciones fuera del propio juego, como las que estén teniendo familiares en la misma sala, o discusiones)

Contraseñas (contraseñas que se usan en más de un acceso o las erróneas pueden dar acceso a contraseñas de otros registros de redes, correo, etc.)

Si comparamos la información obtenida en la mesa con uno de los pocos estudios que hemos podido encontrar al respecto², podemos ver confirmadas muchas de las hipótesis inferidas del estudio antes mencionado que podemos ver resumidas en la gráficas disponibles a continuación. Dato especialmente relevante considerando que gran parte de la información procede de personas de la industria que pueden conocer de primera mano los datos que se pueden extraer de forma más fidedigna.

² Kröger, J. L., Raschke, P., Campbell, J. P., & Ullrich, S. (2023). Surveilling the gamers: Privacy impacts of the video game industry. *Entertainment Computing*, 44, 100537.

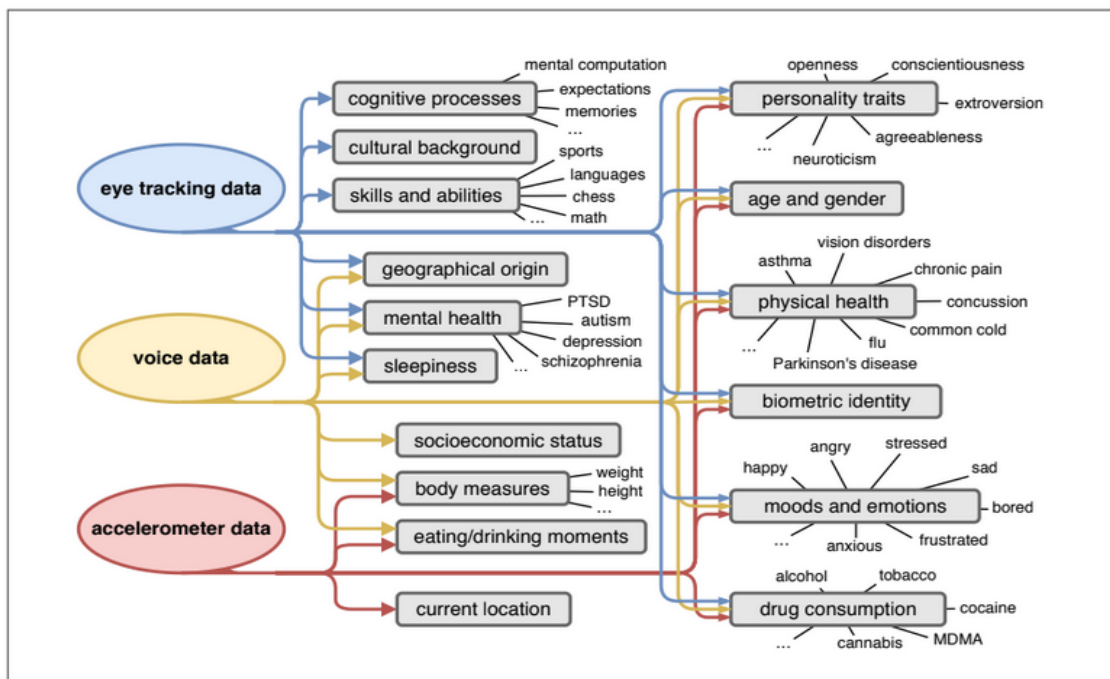
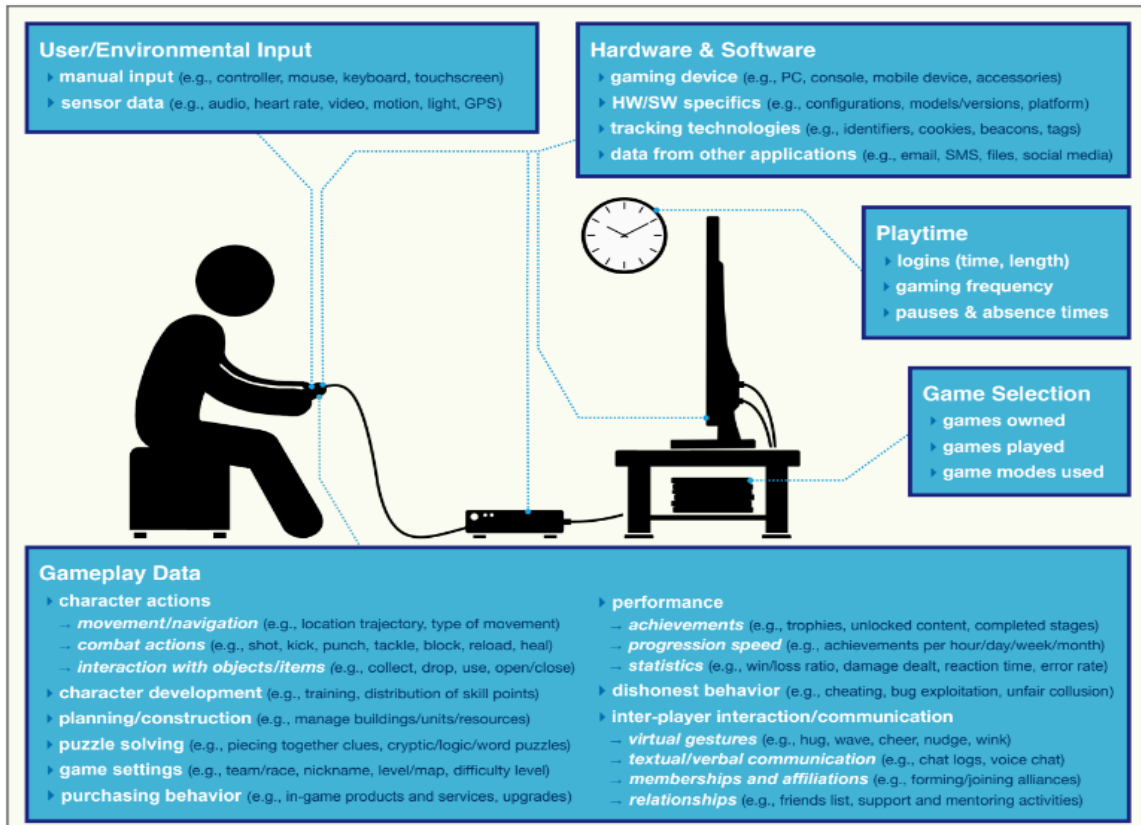
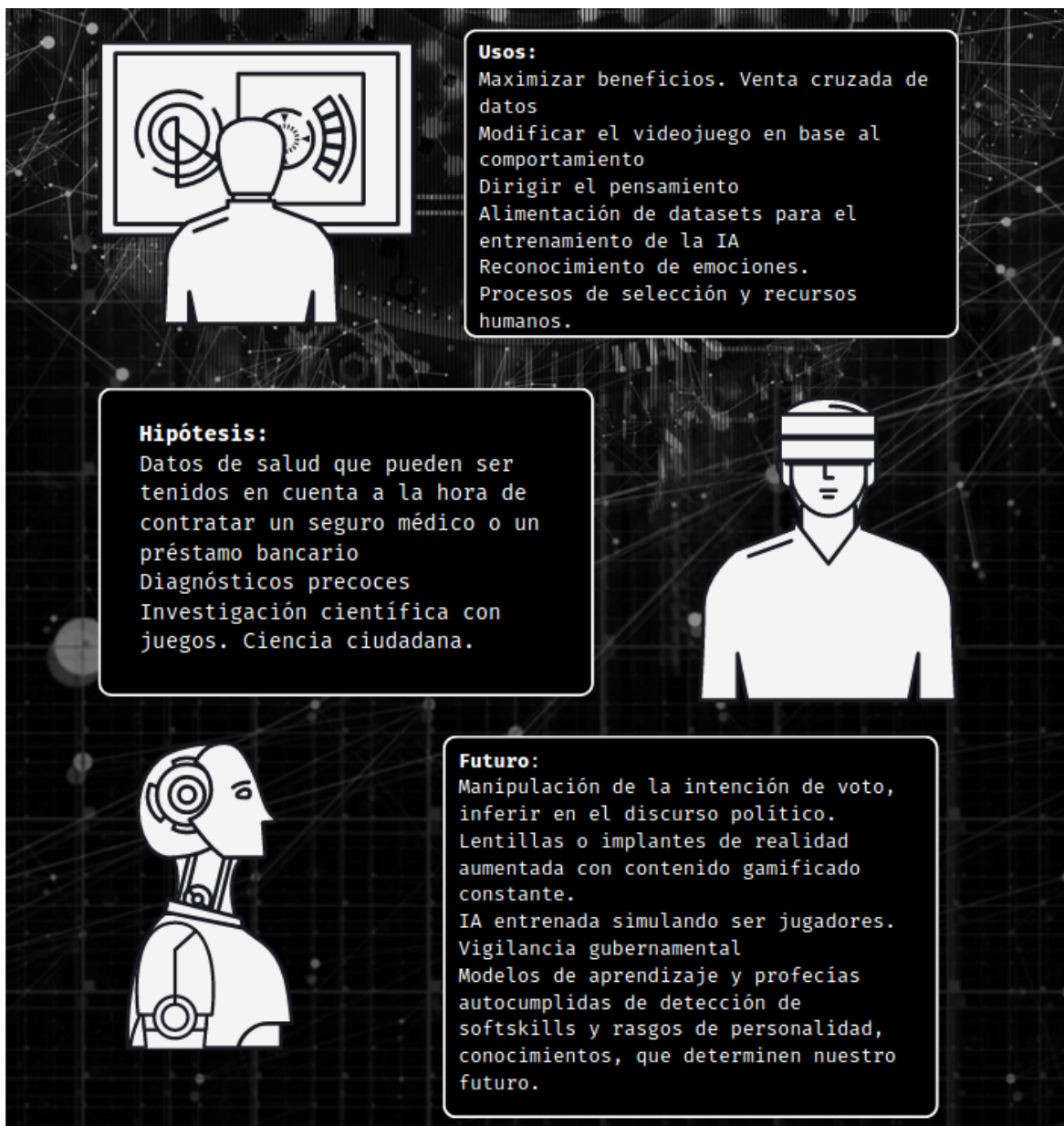


Figure 2: Overview of sensitive inferences that can be drawn from eye-tracking data [82], voice recordings [42], and accelerometer data [81].

¿Cómo pueden emplearse estos datos?

Con respecto a esta pregunta, las personas asistentes a la mesa deciden organizar las respuestas en tres posibles grupos: real, es decir, la forma en la que nos consta que los datos se están empleando; hipotética, es decir, consideramos que podrían estar empleándose así, pero no tenemos pruebas de ello; y futuro, es decir, consideramos que en un futuro podrían tener otros usos y los enunciamos en un ejercicio especulativo.



Real:

- Maximizar beneficios
- Venta cruzada de datos
- Modificar el videojuego en base al comportamiento
- Dirigir el pensamiento
- Alimentación de datasets para el entrenamiento de la IA
- Excluir gente creando comunidades con los metadatos (racismo, sexismo)// Sacar a gente violenta de los videojuegos para mejorar el entorno.
- Reconocimiento de emociones.
- Procesos de selección y recursos humanos.

Hipótesis:

- Venta de datos a terceros que no aparecen en los términos y condiciones. En este sentido sería importante establecer diferencias entre el consentimiento informado pleno, el consentimiento no informado y el secreto, representando diferentes grados de vulneración de derechos.
- Datos de salud que pueden ser tenidos en cuenta a la hora de contratar un seguro médico o un préstamo bancario.
- Diagnósticos precoces de enfermedades.
- Investigación científica con juegos. Ciencia ciudadana.

Futuro:

- Detectar patrones de jugadores para uso político, manipulación de la intención de voto, inferir en el discurso político.
- Lentillas o implantes de realidad aumentada con contenido gamificado constante (similar a lo que muestra el [video Hyperreality](#) de [Keiichi Matsuda](#)).
- IA entrenada para extraer datos simulando ser jugadores.
- Que servicios sociales llegue a casa a llevarse a mi hija porque está jugando constantemente, u otras inferencias en la educación de hijos e hijas a través de sus prácticas de juego.
- Modelos de aprendizaje de hijos y profecías autocumplidas de detección de soft skills y rasgos de personalidad, conocimientos, que pueden suponer que entres o no en la universidad, que accedas a ciertos niveles o líneas de estudios, etc.

Comentarios

Con respecto a estas cuestiones nada más queremos agregar algunos comentarios. Los dos últimos casos enunciados en la sección de hipótesis

- Diagnósticos precoces de enfermedades.
- Investigación científica con juegos. Ciencia ciudadana.

podemos confirmar que están sucediendo, tanto el diagnóstico precoz, que podemos verlo en el videojuego [Sea Hero Quest](#) para móviles y para VR creado para detectar los primeros síntomas de demencia por el estudio londinense Glitchers en colaboración con varias

universidades europeas que ayuda a detectar primeros síntomas de demencia y Alzheimer en sus jugadores.

Con respeto a la investigación científica también podemos ver cómo están dándose actualmente, con casos como videojuegos que emplean la computación humana para el avance científico como [eteRNA](#), un videojuego que nos ayuda a entender los principios de la biología, en un puzzle cuyas piezas son componentes de ARN, los usuarios generan ADN sintético las mejores propuestas se valoran por un equipo científico y, en determinados casos, se someten a experimentación real en un laboratorio. El ADN sintético creado puede ser la clave para la cura de innumerables enfermedades. [Eyewire](#), desafía a los jugadores para conseguir mapear las ramas de una neurona convirtiendo los trayectos posibles en un puzzle 3D con la ayuda de un algoritmo de inteligencia artificial. Más de 200.000 personas en 150 países de todo el mundo han jugado el juego. Los resultados ayudan a los científicos a comprender cómo la retina procesa la información visual. También ayudan a los ingenieros a mejorar la tecnología computacional, haciéndola lo suficientemente poderosa como para algún día detectar "conexiones erróneas" del cerebro que subyacen a trastornos como el autismo y la esquizofrenia. En un nivel local también encontramos [Genigma](#) juego para teléfonos móviles para explorar las alteraciones genómicas en células cancerosas. Los fragmentos de genoma que proporcionamos a los jugadores provienen de experimentos de laboratorio realizados sobre el cultivo celular T47D (cáncer de mama). Cada pieza del juego representa un fragmento real de ADN. El objetivo del juego es reordenar las piezas e intentar conseguir la máxima puntuación posible para identificar cómo se ha reorganizado el genoma en las células de cáncer después de sufrir diferentes mutaciones.

Existen bastantes más ejemplos, pero basten estos para mostrar que ya se están dando estos usos.

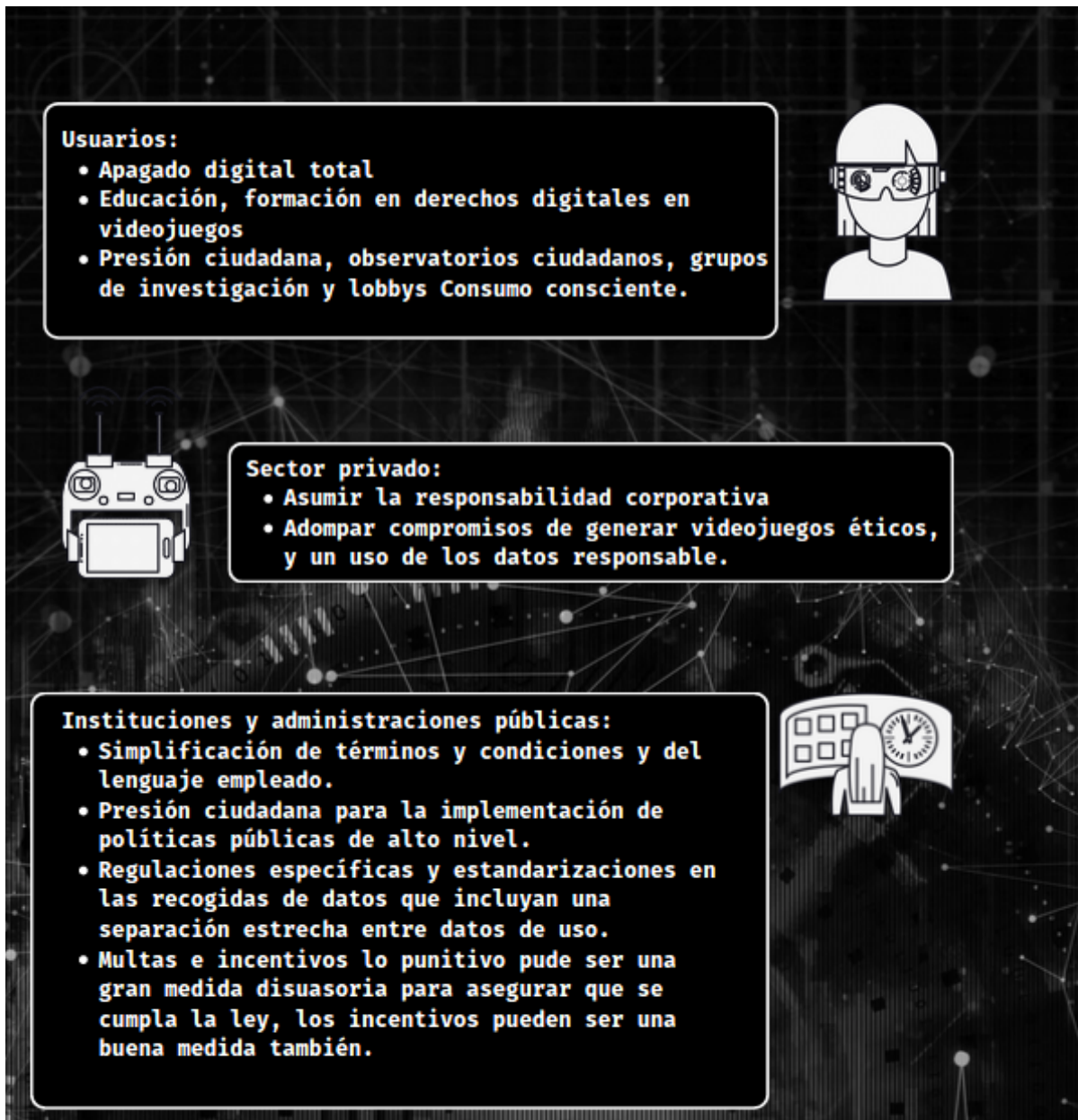
Igualmente con respecto a la primera respuesta identificada como un posible uso de los datos en un futuro:

- Detectar patrones de jugadores para uso político, manipulación de la intención de voto, inferir en el discurso político.

Podemos consultar alguna literatura al respecto de cómo esto ya está sucediendo. La extrema derecha utiliza plataformas de juegos en línea para diversos fines, incluido el reclutamiento (Khosravi, 2017; Lakhani y CIVIPOL, 2021; Vaux, Gallagher y Davey, 2021), la construcción de comunidades (King y Leonard, 2016; Lakhani y CIVIPOL, 2021; Vaux, Gallagher y Davey, 2021), reforzando ideologías (Lakhain y CIVIPOL, 2021; Robinson y Whittaker, 2020) y normalizando las creencias supremacistas blancas (D'Anastasio, 2020).

También el informe de Lamphere-Englund y White (2023), *The Online Gaming Ecosystem: Assessing Digital Socialisation, Extremism Risks and Harms Mitigation Efforts*. Alerta sobre estas cuestiones, por lo que entendemos que es un punto importante a estudiar en futuras investigaciones al respecto.

¿Qué propuestas podemos hacer para paliar los resultados que nos parecen negativos de lo que se ha visto en las anteriores dinámicas y qué oportunidades de usos positivos detectamos?



Se proponen soluciones en función de a quién estén dirigidas, así encontramos los siguientes grupos y recomendaciones:

Usuarios:

- Apagado digital total
- Educación y presión ciudadana, observatorios ciudadanos, grupos de investigación y lobbys Consumo consciente.

Instituciones y administraciones públicas:

- Simplificación de términos y condiciones y del lenguaje empleado.
- Presión ciudadana para la implementación de políticas públicas de alto nivel dada la globalidad de la industria de los videojuegos y de sus comunidades de jugadores Naciones Unidas, Unión Europea.
- Regulaciones específicas y estandarizaciones en las recogidas de datos que incluyan una separación estrecha entre datos de uso y datos personales y la caducidad de los datos (que los datos recogidos estén disponibles x tiempo y se eliminen después para que no pasen a formar parte de los grandes perfilados de datos).
- Multas e incentivos lo punitivo puede ser una gran medida disuasoria para asegurar que se cumpla la ley, los incentivos pueden ser una buena medida también.

Sector privado:

Responsabilidad corporativa, videojuegos éticos, etc.

Patrones de diseño oscuro

Se pone mucho énfasis en la discusión entre la regulación y la responsabilidad individual en el consumo de videojuegos, haciendo un especial hincapié en evitar el paternalismo gubernamental y asegurar una información necesaria y suficiente como para poder fomentar el consumo crítico y consciente, para ello se propone:

Asegurar promover un conocimiento básico sobre los patrones oscuros, los tipos y los videojuegos que los contienen o no. Hay una iniciativa en inglés <https://www.darkpattern.games/> en la que se pueden consultar los videojuegos que contienen o no patrones de diseño oscuro así como ver cuáles en concreto. También permite ampliar este listado colaborativamente. Más allá de esta página web se detecta la necesidad de crear un código similar al PEGI en el que se identifiquen los patrones de diseño oscuro que contiene para poder hacer un consumo responsable e informado.

Promover la presión de los usuarios con respecto a la producción de videojuegos que no integren patrones de diseño oscuro.

Establecer una diferenciación clara entre las consecuencias del juego que son colaterales o intencionales. Por ejemplo, no se pretende en videojuegos bélicos que la gente los replique en la vida real, pero en el caso de los patrones de diseño oscuro y del fomento de la adicción si hay una intencionalidad clara desde el diseño mismo del proyecto del fomento de la adicción.

En concreto existe una pretensión de regular los videojuegos con este tipo de contenidos, en especial los más cercanos a los mecanismos de juegos de apuestas, que contienen intercambios monetarios con dinero real, cajas botín o loot boxes, tanto desde el ministerio de consumo de España con el [Anteproyecto de Ley por el que se regulan los mecanismos aleatorios de recompensa asociados a productos de software interactivo de ocio](#), como a nivel europeo con la propuesta [Consumer protection in online video games: a European single market approach](#). Sobre ambas regulaciones tenemos conferencias en las Jornadas

en Defensa de los Derechos Digitales en Videojuegos, tanto en la presente edición de 2023 con la Eurodiputada Adriana Maldonado como en la edición de 2021 con la presencia de [Mikel Arana](#), director general de Ordenación del Juego del Ministerio de Consumo

Aunque no todos los problemas de los videojuegos provienen de los intercambios de dinero real que el juego fomenta, ya que también se llama la atención en la mesa sobre los mercados alternativos que se dan en algunos videojuegos que aunque no contienen directamente intercambios monetarios con dinero real, de algún modo permiten que suceda, como las ventas de cuentas o de assets determinados fuera del espacio de juego. Desde las lootboxes al gold farming (jugar muchas horas como un trabajo para obtener objetos valiosos en el juego y venderlos a cambio de dinero real), las ventas oficiales o no oficiales son un mercado enorme y cada vez en mayor expansión. Esto podemos verlo recogido, por ejemplo, en el artículo de Moiseienko e Izenman (2019) *Gaming the system: Money laundering through online games*.

Otro de los temas que aparece, especialmente por parte de la industria que se dedica a la gamificación es que es imprescindible establecer una diferenciación entre los patrones de diseño oscuro y las estrategias de gamificación. ¿Cómo definimos cuál es cuál? Porque con los casos de gambling es claro pero en el resto de casos la frontera es más difusa.

Queda pendiente esta tarea así como una mayor exploración de los patrones de diseño oscuro en una mesa de debate posterior.

Enlaces de interés

Manifiesto: <https://derechoaljuego.digital/manifiesto/>

Web darkpatterns in game <https://www.darkpattern.games/>

Materiales de las

I Jornadas <https://derechoaljuego.digital/1jornadas/>

II Jornadas <https://derechoaljuego.digital/ii-jornadas/>

III Jornadas <https://derechoaljuego.digital/inicio/eventos/iii-jornadas/>

Regulaciones

Regulation (EU) 2022/2065 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC <https://transparency.dsa.ec.europa.eu/>

Anteproyecto de Ley por el que se regulan los mecanismos aleatorios de recompensa asociados a productos de software interactivo de ocio

<https://www.consumo.gob.es/sites/consumo.gob.es/files/BORRADOR%20APL%20Y%20MATERIAL%20MECANISMOS%20ALEATORIOS%20RECOMPENSA%2010722.pdf>

Consumer protection in online video games: a European single market approach https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0008_EN.pdf

Bibliografía:

Allen-Robertson, J. (2015), Fundamental Inequities in Algorithmic Space: What Do Games Teach Us About Power in a Software Mediated Society? SSRN [Consulta 27/08/2019] <https://ssrn.com/abstract=2678770>

Apperley, T. (2015), The right to play, Video Game Policy: Rules of Play, New York: Routledge.

Bannon, S (2018): "Let's talk about Cambridge Analytica" CNN. [Consulta 27/08/2019] <https://m.youtube.com/watch?v=fiJPUFF7ZWw>

Bogost, I. (2018), My Cow Game Extracted Your Facebook Data. The Atlantic. [Consulta: 23/09/2019] <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/03/my-cow-game-extracted-your-facebook-data/556214/>

Cabañes, E., & Carrubba, L. (2023) *Disputando el futuro, jugando con el mundo. El videojuego como artefacto de predicción y comprensión*. Revista de Occidente Julio-Agosto 2023 Fundación José Ortega y Gasset-Gregorio Marañón. https://www.researchgate.net/publication/372629342_Disputando_el_futuro_jugando_con_el_mundo_El_videojuego_como_artefacto_de_prediccion_y_comprension

Cabañes, E. (2020) *Ludopolítica: los nuevos campos de batalla*. Pensar el juego: 25 caminos para los gamestudies Victor Navarro Coord. Shangrila. https://www.researchgate.net/publication/366617987_Ludopolitica_1_los_nuevos_campos_de_batalla_Euridice_Cabaner_-_ARSGAMES

Cabañes, E. (2022) *Identidades digitales: del cuerpo-avatar al yo-cuantificado* en Vol. 2 El ser humano en la era tecnológica. Sociedad Tecnológica y Futuro Humano. Editor Héctor Velázquez Fernández. Tirant lo Blanch, 2022. https://www.researchgate.net/publication/343236718_Identidades_digitales_del_cuerpo-avatar_al_yo-cuantificado

Cadwalladr, C. (2018), The Cambridge Analytica Files, The guardian. [Consulta 27/08/2019] http://davelevy.info/Downloads/cabridgeanalyticafiles%20-theguardian_20180318.pdf

Cadwalladr, C. (2018), Facebook's role in Brexit — and the threat to democracy, TED Talk, [Consulta 27/08/2019] https://www.ted.com/talks/carole_cadwalladr_facebook_s_role_in_brexit_and_the_threat_to_democracy

D'Anastasio, C. (2020, April 30). The ADL calls out steam for giving extremists a pass. Wired. <https://www.wired.com/story/valve-steam-adl-white-supremacy-extremism/>

del Castillo, C. y Sarabia, D. (2018), Tragaperras vestidas de videojuego: estas son las técnicas de las 'apps' para enganchar a niños y adolescentes, Eldiario.es [Consulta

12/09/2019]

https://www.eldiario.es/tecnologia/estrategias-juego-enganchan-ninos-adolescentes_0_836067270.html

Conill, J. & García Marzá, D. (2012). Neuroeconomía y Neuromarketing. En J. Villafañe (dir.), La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica (pp. 141-163). Madrid: Pearson.

Feenstra, R.A. y Pallarés-Dominguez (2017) Debates éticos en torno al neuromarketing político: el avance tecnológico y su potencial incidencia en la formación de la opinión pública VERITAS, N° 36 (Abril 2017). [Consulta 20/09/2019] <https://scielo.conicyt.cl/pdf/veritas/n36/art01.pdf>

Frankfurt, H. (1988), Freedom of the Will and the Concept of a Person. En: Goodman M.F. (eds) What Is a Person? Contemporary Issues in Biomedicine, Ethics, and Society. Humana Press.

Kröger, J. L., Raschke, P., Campbell, J. P., & Ullrich, S. (2023). Surveilling the gamers: Privacy impacts of the video game industry. Entertainment Computing, 44, 100537. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3881279

Khosravi, R. (2017, April 12). Neo-Nazi gamers are modding their favorite titles to make them explicitly racist. Mic. Retrieved December 7, 2021, from <https://www.mic.com/articles/173392/neo-nazi-gamers-are-modding-their-favorite-titles-to-make-them-explicitly-racist>

Lakhani, S. CIVIPOL (2021). Video Gaming and (Violent) Extremism: An Exploration of the Current Landscape, Trends, and Threats. In Radicalisation Awareness Network (Policy Support), European Commission. Publications Office of the European Union. https://home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2022-02/EUIF%20Technical%20Meeting%20on%20Video%20Gaming%20October%202021%20RAN%20Policy%20Support%20paper_en.pdf

Lamphere-Englund, G., & White, J. (2023). The Online Gaming Ecosystem: Assessing Digital Socialisation, Extremism Risks and Harms Mitigation Efforts.

Moiseienko, A., & Izenman, K. (2019). Gaming the system: Money laundering through online games. *RUSI Newsbrief*, 39(9) https://static.rusi.org/20191011_newsbrief_vol39_no9_moiseienko_and_izenman_web.pdf

Monge Benito, F. y Fernández Guerra, V (2011), Neuromarketing: Tecnologías, Mercado y Retos. *Pensar la Publicidad*, vol. 5, nº 2, 19-42

Persili, N. (2017), The 2016 U.S. Election: Can Democracy Survive the Internet?, *Journal of Democracy*, Johns Hopkins University Press, Volume 28, Number 2, April 2017, pp. 63-76. [Consulta 3/09/2019] <https://muse.jhu.edu/article/653377/summary>

Robinson, N., & Whittaker, J. (2020). Playing for hate? Extremism, terrorism, and videogames. *Studies in Conflict & Terrorism*, 1–36.

VALENTINO-DeVRIES, J. et. all (2018) How Game Apps That Captivate Kids Have Been Collecting Their Data. *New York Times*. [Consulta 22/08/2019]
<https://www.nytimes.com/interactive/2018/09/12/technology/kids-apps-data-privacy-google-twitter.html>

Vaux, P., Gallagher, A., & Davey, J. (2021). Gaming and Extremism. The Extreme Right on Steam. Institute for Strategic Dialogue. Retrieved December 9, 2021, from:
<https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/08/02-revised-gaming-report-steam.pdf>.

Wells, G., Romhanyi, A., Reitman, J. G., Gardner, R., Squire, K., & Steinkuehler, C. (2023). Right-Wing Extremism in Mainstream Games: A Review of the Literature. *Games and Culture*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/15554120231167214>

Zurawicki, Leon. 2010. *Neuromarketing: Exploring the Brain of the Consumer*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg

DATOS DE VIDEOJUEGOS

Extractivismo y usos

Datos que se extraen de los videojuegos:

- Marketing: Stand value, consumo, coste de adquisición de cliente, cuánto juegas, compras ingame
- Actividad de juego: perfil, arquetipo de jugador, interacciones sociales, repetitividad de patrones de juego, habilidades de juego, interacción publicitaria
- Datos personales: edad, género, ubicación y desplazamientos, datos de registro
- Biométricos: reconocimiento facial, de emociones, pulso, temperatura, presión arterial, patrones de sueño.
- Relaciones sociales: formas de interacción.
- Patrones de comportamiento: impulsividad, formas de reacción a diferentes estímulos dentro del juego
- Mediciones de voz, registro de tono, emoción, conversaciones dentro y fuera del juego
- Contraseñas (contraseñas que se usan en más de un acceso o las erróneas pueden dar acceso a contraseñas de otros registros de redes, correo, etc.)



Usos:

Maximizar beneficios. Venta cruzada de datos
Modificar el videojuego en base al comportamiento
Dirigir el pensamiento
Alimentación de datasets para el entrenamiento de la IA
Reconocimiento de emociones.
Procesos de selección y recursos humanos.

Hipótesis:

Datos de salud que pueden ser tenidos en cuenta a la hora de contratar un seguro médico o un préstamo bancario
Diagnósticos precoces
Investigación científica con juegos. Ciencia ciudadana.



Futuro:

Manipulación de la intención de voto, inferir en el discurso político.
Lentillas o implantes de realidad aumentada con contenido gamificado constante.
IA entrenada simulando ser jugadores.
Vigilancia gubernamental
Modelos de aprendizaje y profecías autocumplidas de detección de softskills y rasgos de personalidad, conocimientos, que determinen nuestro futuro.

Medidas:

Educación y presión ciudadana para implementar medidas, consumo consciente, observatorios, grupos de investigación.
Simplificación de términos y condiciones.
Regulaciones específicas y estandarizaciones en las recogidas de datos que incluyan una separación estrecha entre datos de uso y datos personales y la caducidad de los datos
Responsabilidad corporativa, videojuegos éticos, etc.

