

Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación reunidos en
Congreso...

SANCIONAN

REGULACIÓN DE MECANISMOS ALEATORIOS DE RECOMPENSA ASOCIADOS A PRODUCTOS DE SOFTWARE INTERACTIVO DE OCIO

Artículo 1°.- Objeto. El objeto de la presente Ley es regular los mecanismos aleatorios de recompensa asociados a productos de software interactivo de ocio cuyo acceso o activación se realice a través de canales electrónicos, informáticos, telemáticos e interactivos con independencia del dispositivo a través del cual este acceso o activación se produzca.

Artículo 2°.- Finalidad. El fin de la presente es garantizar la prevención de conductas adictivas, proteger los derechos de los menores y salvaguardar los derechos de los participantes de los videojuegos o softwares interactivos de ocio.

Artículo 3°.- Ámbito de aplicación. Dentro del objeto definido en el artículo 1°, se incluyen en el ámbito de aplicación de esta ley aquellos mecanismos aleatorios de recompensa asociados a productos de software interactivo de ocio cuyo acceso o activación se ofrezca a residentes en la República Argentina, así como las comunicaciones comerciales dirigidas a los mismos.

Artículo 4°.- Definiciones. A los efectos de esta Ley se entiende por:

- a) Comunicación comercial: toda forma de comunicación, realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, difundida por cualquier medio o soporte, destinada a promocionar, de manera directa o indirecta, la utilización o el acceso a mecanismos aleatorios de recompensa.
- b) Mecanismo aleatorio de recompensa: funcionalidad asociada a los productos de software interactivo de ocio que requiere del previo pago de una cantidad de dinero o de un objeto virtual que haya podido ser adquirido con dinero directa o indirectamente, y que ofrece al usuario, como resultado de dicho proceso aleatorio, la obtención de un objeto virtual que puede ser, alternativa o acumulativamente:

1.- Cedido o intercambiado entre los participantes de un producto de software interactivo de ocio.

2.- Canjeado por dinero o por objetos virtuales utilizados en ese producto de software interactivo, sean estos del tipo que sean.

- c) Producto de software interactivo de ocio: los videojuegos disponibles en consolas, ordenadores personales, teléfonos móviles o cualquier otro dispositivo que puedan utilizarse a través de canales electrónicos, informáticos, telemáticos o interactivos.
- d) Mecanismo de control parental: mecanismo usado por adultos para controlar en sitios web, sistemas operativos o equipos, el acceso y uso que los menores de edad le dan a internet: monitorear la navegación, restringir contenidos no aptos para menores y bloquear páginas o usuarios que puedan ser una amenaza para los niños.

Artículo 5°.- Autoridad de aplicación. La Autoridad de Aplicación será la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje del Consumo o el organismo que en el futuro adquiera sus funciones y en cada provincia será la dependencia responsable de defensa del consumidor.

Tendrá como funciones, además de las que se asignen por vía reglamentaria, las siguientes:

- a) Recabar información sobre los mecanismos aleatorios de recompensa regulados en la presente ley;
- b) Realizar la correspondiente supervisión de los mismos;
- c) Vigilar, inspeccionar y controlar de todos los aspectos y estándares regulatorios, administrativos y técnicos, relativos al desarrollo de las actividades previstas en esta ley;
- d) Requerir los datos relativos a las verificaciones de identidad realizadas en virtud de lo dispuesto en esta norma;
- e) Llevar a cabo campañas de difusión dirigidas a concientizar a los niños, niñas, adolescentes y sus familias sobre patologías derivadas del juego, dar a conocer los canales de comunicación, orientación y asistencia;
- f) Dictar cuantas disposiciones sean necesarias para la aplicación de esta ley.

Artículo 6°.- Prohibición de utilización de mecanismos aleatorios de recompensa por menores de edad. Queda prohibido el acceso a los mecanismos aleatorios de recompensa o su activación por personas menores de edad.

Artículo 7°.- Identificación biométrica. Las entidades o empresas que exploten o comercialicen mecanismos aleatorios de recompensa deben habilitar un sistema de verificación documental y biométrica de la identidad de los participantes.

El acceso a los mecanismos aleatorios de recompensa o su activación por el usuario no podrá realizarse hasta que se haya verificado su identidad en los términos previstos en este artículo.

La verificación de la identidad de los participantes se realizará con pleno respeto a lo dispuesto en la Ley de Protección de Datos Personales N°25.326.

Artículo 8°.- Mecanismos de control parental. Las entidades o empresas que exploten o comercialicen mecanismos aleatorios de recompensa deben habilitar instrumentos de control parental que permitan excluir de forma completa y para todo tipo de dispositivo, su compra o utilización.

Artículo 9°.- Comunicaciones comerciales de los mecanismos aleatorios de recompensa. Las comunicaciones comerciales de los mecanismos aleatorios de recompensa no deben:

- a) Incitar a actitudes o comportamientos antisociales o violentos de cualquier tipo, discriminatorios por razones de nacimiento, origen racial o étnico, sexo, religión, opinión o convicción, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, enfermedad, o cualquier otra condición o circunstancia personal o social;
- b) Incitar a actitudes o comportamientos humillantes, denigratorios o vejatorios;
- c) Incitar a la práctica irreflexiva o compulsiva de esta actividad;
- d) Inducir a error sobre la posibilidad de ser premiados o sugerir que la repetición del juego puede aumentar las posibilidades de obtener un objeto virtual mejor.

Artículo 10.- Excepción. Quedan excluidos del ámbito de aplicación de esta ley las competencias deportivas a través de canales electrónicos, informáticos, telemáticos o interactivos, sin perjuicio de la aplicación de esta ley a las apuestas que puedan realizarse sobre tales competiciones.

Artículo 11.- Mensaje. Las comunicaciones comerciales de los mecanismos aleatorios de recompensa deben incluir una advertencia que indique que las personas menores de edad no pueden participar en esta clase de actividades y un mensaje relativo a participar con moderación en esta actividad.

Artículo 12.- Derechos de información de los usuarios de mecanismos aleatorios de recompensa. Los usuarios de mecanismos aleatorios de recompensa tienen los siguientes derechos:

- a) A obtener información clara y veraz sobre las condiciones de participación derivadas del acceso a un mecanismo aleatorio de recompensa o de su activación. Esta información deberá estar fácilmente disponible antes del inicio de la participación y en cualquier momento durante la misma;
- b) A obtener información de forma clara y suficientemente comprensible sobre la probabilidad de obtener los distintos objetos virtuales como resultado del acceso al mecanismo aleatorio de recompensa o de su activación;
- c) A conocer el importe para cada acceso o activación de un mecanismo aleatorio de recompensa;
- d) A conocer, en todo momento, el número de mecanismos aleatorios de recompensa activados, así como el importe gastado y el tiempo destinado al acceso o activación. A tal efecto, el producto de software interactivo deberá contar en su diseño con un sistema que permita la consulta de esta información por parte del usuario;
- e) A recibir información sobre la práctica responsable de esta actividad;
- f) A recibir información sobre la existencia de mecanismos de control parental y sobre el modo en que estos funcionan;
- g) A no ver alteradas las probabilidades de obtención de un determinado objeto virtual a consecuencia de la activación de un mecanismo aleatorio de recompensa en función de su comportamiento de juego.

Artículo 13.- Obligaciones de información para un uso seguro de los mecanismos aleatorios de recompensa. La información para un uso más seguro de estos mecanismos se debe proporcionar en la sección o módulo del producto de software interactivo o plataforma digital donde se ofrezcan o, en su caso, antes de activar el concreto mecanismo aleatorio de recompensa, mediante un espacio digital propio y accesible a través de un enlace claramente visible.

La Autoridad de Aplicación debe establecer las especificaciones relativas a la forma, tamaño, disposición y contraste del enlace señalado en el párrafo anterior.

En el espacio digital se debe informar sobre:

- a) Los riesgos derivados de la práctica irreflexiva o compulsiva en la activación de mecanismos aleatorios de recompensa integrados;
- b) La existencia de mecanismos de autoexclusión;
- c) El modo de funcionamiento de la sesión de mecanismos aleatorios de recompensa,
- d) Los mecanismos de control parental que pueden utilizarse;

- e) La prohibición de utilizar los mecanismos aleatorios de recompensa por menores de edad;
- f) Información sobre el uso más seguro de mecanismos aleatorios de recompensa.

Artículo 14.- Mecanismos de autoexclusión. Las entidades o empresas que exploten o comercialicen mecanismos aleatorios de recompensa deben incorporar mecanismos de autoexclusión a disposición de los participantes en esta actividad, cuya activación comportará:

- a) La suspensión temporal de la activación de los mecanismos aleatorios de recompensa regulados por esta ley, por un periodo no inferior a tres meses y no superior a cinco años, sin posibilidad de modificar el plazo fijado;
- b) La eventual devolución de las cantidades de dinero u objetos virtuales que estuvieran comprometidos exclusivamente a la activación de mecanismos aleatorios de recompensa.

Artículo 15.- Fijación de límites de gasto. Las entidades que comercialicen o exploten mecanismos aleatorios de recompensa deben ofrecer a sus usuarios la posibilidad de limitar, con carácter voluntario, el gasto en estos objetos virtuales.

Podrán modificarse estos límites transcurridos al menos tres meses desde su establecimiento.

Artículo 16.- Sesión de mecanismos aleatorios de recompensa. Las entidades o empresas que exploten o comercialicen mecanismos aleatorios de recompensa deben implementar una sesión que obligue a su usuario a determinar, con carácter previo a su acceso o activación, el tiempo máximo de utilización y la cantidad máxima de dinero que está dispuesto a gastar en ellos, con las siguientes condiciones:

- a) La falta de configuración por el usuario de esta sesión impedirá el acceso a este tipo de funcionalidades o su activación;
- b) El usuario debe establecer el tiempo máximo de utilización y la cantidad máxima que está dispuesto a gastar en ellos cada vez que active una nueva sesión, sin que se puedan predeterminedir por defecto estos valores ni guardar los establecidos en sesiones anteriores;
- c) En la configuración de la sesión, el usuario podrá, además, restringir temporalmente su acceso a una sesión futura, para el supuesto de que la actual finalice de manera automática como consecuencia del agotamiento de alguno de los límites establecidos;

- d) La configuración de la sesión no podrá ser modificada durante el transcurso de la misma. No obstante, dicha sesión podrá finalizarse con anterioridad al cumplimiento de los términos anteriormente citados;
- e) Agotado el tiempo o la cantidad máxima de dinero que está dispuesto a gastar durante la sesión, ésta finalizará automáticamente, produciéndose la imposibilidad de volver a acceder a un nuevo mecanismo aleatorio de recompensa una vez que finalicen los procesos asociados al mecanismo aleatorio de recompensa en curso;
- f) El diseño de la sesión debe habilitar los medios necesarios para no permitir la activación de nuevos mecanismos aleatorios de recompensa desde que finalice la sesión. Igualmente, debe anticipar al usuario la proximidad del cumplimiento de los límites predeterminados en la configuración previa de la sesión, a fin de que pueda realizar, si así lo desea, un cierre ordenado de la misma;
- g) Cuando en el transcurso de los sesenta minutos siguientes a la finalización de la sesión, el usuario inicie una nueva, el diseño de la sesión debe prever la remisión de un mensaje que señale la circunstancia del tiempo transcurrido desde su última participación, la conveniencia de desarrollar un comportamiento de juego más seguro, así como las implicaciones que se derivan de una frecuencia excesiva de juego.

Artículo 17.- Sanciones. Las entidades o empresas que exploten o comercialicen mecanismos aleatorios de recompensa que incumplan la presente serán pasibles de las sanciones establecidas en la Ley N° 24.240, de Defensa del Consumidor, y de acuerdo a los hechos y al procedimiento que determina dicha norma.

Estas sanciones serán establecidas por la Autoridad de Aplicación en forma gradual y acumulativa teniendo en cuenta las circunstancias del caso, la naturaleza y gravedad de la infracción y los antecedentes del infractor, sin perjuicio de otras responsabilidades civiles y penales a que hubiere lugar.

Artículo 18.- Convenios jurisdiccionales. La Autoridad de Aplicación debe promover acuerdos o convenios con las autoridades de las provincias adherentes, a fin de diseñar e implementar acciones conjuntas, dentro del marco general de la política nacional fijada por la presente ley.

Artículo 19.- Presupuesto. Los gastos que demande el cumplimiento de las disposiciones de la presente serán atendidos con los recursos que destine, a tal efecto, la Ley de Presupuesto para la Autoridad de Aplicación.

Autorízase al Poder Ejecutivo a realizar las readecuaciones presupuestarias que correspondan a los efectos de implementar lo dispuesto en la presente, en el año de su aprobación.

Artículo 20.- Disposición transitoria. Adaptación de los mecanismos aleatorios de recompensa. Las entidades o empresas que exploten o comercialicen mecanismos aleatorios de recompensa con anterioridad a la entrada en vigor de esta ley deben adaptarlos a sus disposiciones en el plazo de doce meses desde su entrada en vigor.

Artículo 21.- Adhesión. Invítase a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir a la presente.

Artículo 22.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

MICAELA MORAN
DIPUTADA NACIONAL

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

El modelo de negocio de los videojuegos ha evolucionado de manera paralela al avance de la tecnología. En sus inicios se vendían en formato físico. Con Internet, parte de la industria optó por ganar dinero a través de la utilización de mecanismos aleatorios de recompensa, que integran como elemento más significativo de su funcionamiento el azar (las comúnmente denominadas cajas botín, del término inglés "loot box"), que han generado polémica por acercar a los menores a los juegos de azar.

Los mecanismos aleatorios de recompensa son objetos, funcionalidades o procesos virtuales de cualquier tipo integrados en la dinámica de algunos videojuegos y cuya activación ofrece la oportunidad al jugador de obtener, con carácter aleatorio, recompensas o premios virtuales que pueden utilizarse en el entorno de estos productos de entretenimiento.

Esos premios o recompensas virtuales tienen por finalidad mejorar las características de un personaje, optimizar parcial o totalmente su diseño gráfico, permitir la apertura de nuevas zonas o fases en el videojuego, o generar algún accesorio de naturaleza competitiva o meramente estética, entre otras muchas posibilidades.

La conexión entre algunos de estos mecanismos aleatorios de recompensa en videojuegos -denominados en esta ley productos de software interactivos de ocio- y los juegos de azar, resulta evidente por varios motivos.

En primer término, porque la mecánica de su funcionamiento comparte, desde un punto de vista conceptual, una identidad clara con la participación en determinados juegos de azar, muy particularmente con la modalidad de juego "máquinas de azar". Así, entre otras características comunes, estos mecanismos distribuyen, con carácter aleatorio y tras el pago de una cantidad de dinero o de un objeto virtual, los premios que ofertan a sus usuarios sobre la base de programas de refuerzo de razón aleatoria, acompañando ese funcionamiento de efectos visuales y sonoros que, al asociarse con la incertidumbre propia de un resultado de naturaleza aleatoria, intensifican el nivel de excitación fisiológica.

También promueven, al igual que sucede en los juegos de azar, su uso de forma reiterada. Asimismo, la forma de operar de ciertas cajas botín comparten características estructurales y dinámicas comerciales con los juegos de azar, entre las que pueden destacarse, por ejemplo, los "casi aciertas" (del término inglés, "near miss") o las pérdidas disfrazadas de ganancias ("losses disguised as wins"), que cuando se integran en la mecánica de activación de un producto

presentado en el contexto de un videojuego -o asociado- adquieren un contorno singular con ciertas especificidades derivadas de la naturaleza del juego en el que se desarrollan y compartiendo esa misma naturaleza.

Esta conexión ha suscitado una honda preocupación tanto en el ámbito académico como en la sociedad en su conjunto, en la medida que la consecuencia más grave que los juegos de azar producen es el surgimiento, en un cierto número de jugadores, de conductas de consumo irreflexivas, compulsivas y, en última instancia, patológicas. Todo ello con base en la mecánica de activación psicológica susceptible de desencadenarse al participar en esta actividad, lo que es causa de graves repercusiones económicas, patrimoniales y afectivas, tanto en las personas que las padecen como en su entorno familiar y social.

El gobierno de España, autor de la iniciativa legislativa que hemos tomado como referencia para elaborar esta propuesta, destacó que posee evidencia empírica suficiente sobre la existencia de vínculos asociativos entre el uso de cajas botín y la participación en actividades de juegos de azar y, en particular, entre el juego problemático o, en su caso, el trastorno asociado a la conducta de juego, y el nivel de gasto en mecanismos aleatorios de recompensa en videojuegos, al comprobar que la cantidad de dinero empleada en la compra de estos objetos virtuales es directamente proporcional al grado de severidad en el trastorno en la conducta de juego de aquellos jugadores que participan en ambos entornos.

La constatación de esta correlación entre niveles de gasto en cajas botín y juego problemático, otorga un fundamento objetivo a la mencionada preocupación social y académica por la presencia de los mecanismos aleatorios de recompensa asociados a los videojuegos. Esta preocupación se intensifica aún más cuando se tiene en cuenta el gran número de menores de edad susceptibles de entrar en contacto con estos productos como usuarios de videojuegos.

Para los menores, el contacto con los mecanismos aleatorios de recompensa constituye su primer encuentro con un producto en cuya mecánica de funcionamiento el azar tenga un papel preponderante, y que guarda una intensa similitud, tanto desde un punto de vista estructural como de las técnicas de marketing utilizadas para su comercialización, con ciertas modalidades de juego que son propias del juego de apuestas tradicional y regulado, sobre todo del que se realiza a través de plataformas en línea.

Ahora bien, más allá de la clara relación de semejanza existente entre este tipo de productos digitales y los juegos de azar, no puede desconocerse la existencia de especificidades que singularizan a los mecanismos aleatorios de recompensa hasta el punto de determinar la necesidad de generar para su adecuado funcionamiento un entorno regulatorio propio y singular, al no ser el marco regulatorio aplicado al juego el más óptimo para ello.

Atento a lo expuesto, presentamos este proyecto de Ley para regular los mecanismos aleatorios de recompensa asociados a los videojuegos que se complementa con el ya presentado -y en tratamiento avanzado en plenario de comisiones de esta H. Cámara- sobre prevención y regulación del juego on line, para generar entornos digitales seguros para niños, niñas y adolescentes.

Las estadísticas obrantes en España indican que casi un 24 por ciento de menores entre 15 y 17 años adquirió durante el 2023 las llamadas "cajas botín", lo que significa el primer contacto por parte de ellos con juegos de azar a cambio de dinero.

Bélgica ya regula esta situación desde abril de 2018 porque considera que son como los juegos de azar y pueden generar adicción. Para el gobierno belga tienen un componente aleatorio y se compran con dinero real por lo que impusieron sanciones de cinco años de cárcel y multas de hasta 800.000 euros a quienes incluyan este sistema.

Todo empezó con el juego llamado FIFA cuando decidió implementar un sistema de recompensas al que llamó Ultimate Team. Se trataba de un sistema de juego por el que el usuario ganaba monedas según competía. Si necesitaba más para tener un plantel mejor, podía comprar sobres de jugadores o monedas con dinero real. Y aquí llegaba el problema. A más dinero gastado, mejores opciones de ganar y tener un gran equipo. Desde aquel FIFA, todos los videojuegos han añadido la opción de cajas de recompensa, es más, algunos son gratis a cambio de que el jugador se suscriba o compre actualizaciones cada poco tiempo.

También el Consejo Noruego del Consumidor (NCC) realizó un estudio por el que se asegura que los packs de recompensas generan adicción entre los jugadores y fomentan el derroche de tiempo y dinero entre los más vulnerables, especialmente entre niños y jóvenes.

Con esta propuesta, queremos contribuir a hacer la mejor ley posible para la protección del conjunto de los consumidores que juegan a los videojuegos, y en especial para los niños, por lo que agradezco al acompañamiento de mis pares.

MICAELA MORAN
DIPUTADA NACIONAL