

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

LOS VIDEOJUEGOS Y SUS CONDICIONES NORMATIVAS
DE LAS *LOOT BOXES* Y LOS DLC: ESTADO SOBRE LA PRO-
TECCIÓN AL CONSUMIDOR EN COLOMBIA

VIDEO GAMES AND THEIR REGULATORY CONDITIONS OF *LOOT*
BOXES S AND DLC: STATE OF CONSUMER PROTECTION
IN COLOMBIA

VIDEOGAMES E SUAS CONDIÇÕES REGULATÓRIAS DE *LOOT*
BOXES E DLC: ESTADO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR
NA COLÔMBIA

DANIEL LOPERA DÍAZ*

ANDRÉS FELIPE RONCANCIO BEDOYA**

CRISTIAN CAMILO CARRILLO BENÍTEZ***

Recibido: 23 de marzo de 2021 - Aceptado: 2 de septiembre de 2022 -

Publicado: 30 de diciembre de 2022

DOI: 10.24142/raju.v17n35a9

-
- * Magíster en Derecho de la Universidad EAFIT, especialista en Derecho Procesal de la Universidad de Antioquia, abogado de la Universidad de Medellín, profesor investigador de la Institución Universitaria de Envigado. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7272-4505>. Correo electrónico: dlopera@correo.iue.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7272-4505> CVLAC https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000057891 Google Scholar <https://scholar.google.com/citations?user=3h1a5mcAAA&hl=es&authuser=1>
- ** Doctor en Derecho de la Universidad de Medellín, magíster en Derecho Público de la Universidad de Medellín, abogado de la Institución Universitaria de Envigado, Universidad Cooperativa de Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1257-3813> Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1257-3813> Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=VtYGBWAAAA&hl=es> CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001408240. Correo electrónico: Andres.roncancio@campusucc.edu.co
- *** Estudiante investigador del semillero Secyp de la Facultad de Derecho y Ciencias Jurídicas abogado de la Institución Universitaria de Envigado. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1257-3813> CVLAC https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001408240 Google Scholar <https://scholar.google.es/citations?user=VtYGBWAAAA&hl=es> Correo electrónico: ccarrillo@correo.iue.edu.co

Resumen

Históricamente, los videojuegos han presentado una clara evolución a nivel global debido a la implementación de nuevas tecnologías, ello no solo se remonta al área de desarrollo, sino también a la perspectiva mercantil, social y jurídica. Una de las mayores muestras de desarrollo de mercadeo es la aplicación de las denominadas *loot boxes* o “cajas misteriosas”, por esta razón, es menester no solo entender a qué se refiere este concepto, sino lo que deriva, como la vulneración al consumidor, al ser considerados juegos de azar por parte de distintos Estados. Por ende, es necesario identificar las garantías que existen por parte de las compañías desarrolladoras y cómo los distintos Estados son partícipes para que dichas garantías sean viables.

Palabras clave: microtransacciones, videojuegos, *loot boxes*, derechos del consumidor, nuevas tecnologías.

Abstract

Video games historically have presented a clear evolution at a global level, due to the implementation of new technologies, this not only goes back to the development area of these (video games), but also from the marketing perspective, as well as social and legal. Therefore, among one of its greatest samples of marketing development, is the application of the so-called loot boxes or “mystery boxes”, so it is necessary not only to understand what this concept refers to. Also, it did what, as a result of this, is derived, such as the violation of the consumer, since they are considered games of chance by different States. Therefore, it is necessary to identify those guarantees present by the developer companies with the consumers, and as the different States, they are participants in which full guarantees are delivered to the consumer.

Keywords: microtransactions, video games, loot boxes, consumer rights, new technologies

Resumo

Historicamente, os videojogos têm apresentado uma clara evolução a nível global, isto devido à implementação de novas tecnologias, isso remonta não só à área de desenvolvimento destes (videojogos), mas também na perspectiva do marketing, pois bem como sociais e legais. Portanto, entre um de seus maiores exemplos de desenvolvimento de marketing, está a aplicação das chamadas loot boxes ou “caixas misteriosas”, portanto, é preciso não apenas entender a que se refere esse conceito. Além disso, fez o que, em decorrência disso, decorre, como a violação do consumidor, sendo considerados jogos de azar por diferentes Estados. Portanto, é necessário identificar quais são as garantias apresentadas pelas empresas de desenvolvimento junto aos consumidores e, como os diferentes Estados, são participantes na entrega de garantias plenas ao consumidor.

Palavras-chave: microtransações, videogames, loot boxes, direitos do consumidor, novas tecnologias

INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de las *loot boxes* se debe entender que estas son aplicadas gracias a la tecnología desarrollada a partir de la Cuarta Revolución Industrial, la cual surge con el fin de emprender una eficiente evolución digital en el mundo, y que integra la denominada robótica, la computación cuántica, la nanotecnología, la biotecnología, los vehículos autónomos, el internet de las cosas y la Inteligencia Artificial (IA), entre otras temáticas que hacen referencia al uso de la tecnología como herramienta central para llevar a cabo actividades del día a día de forma más ágil, efectiva y óptima, lo que permite, con mayor facilidad, el uso de microtransacciones y el aprovechamiento de dichas tecnologías en pro de la adquisición de distintos productos o del goce de ciertos beneficios en algunos videojuegos.

Taddy (2018) plantea que el uso inicial de la IA era para los videojuegos y luego se trasladó de forma vertiginosa hacia los negocios. Un gran ejemplo de ello son los grandes desarrolladores de dicha idea, como Microsoft y Amazon, que mezclan ingenieros con sistemas semiautónomos para resolver problemas en sus negocios y que la han aplicado en distintas empresas con el fin de darle fuerza a las nuevas tecnologías, en la búsqueda de conseguir un mayor desarrollo y oportunidades para el público en general.

Esto, ya que en sus inicios la IA se destacó por ser una herramienta tecnológica cuyos propósitos consistían en apoyar la industria del *software*, entre los que se destaca la creación de videojuegos. No obstante, la IA ha migrado y en la actualidad es fuente esencial para el desarrollo de todo tipo de herramientas tecnológicas.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) ha destacado las redes 5G y la inteligencia artificial (IA) como campos de innovación imprescindibles para la creación de sociedades más inteligentes. 5G integra la próxima generación de normas móviles y trae consigo la promesa de mejorar la experiencia de los usuarios finales, ofreciéndoles nuevas aplicaciones y servicios capaces de alcanzar velocidades de varios gigabits, así como de incrementar significativamente la calidad de funcionamiento y la fiabilidad. Cabe prever una mejora de las redes 5G a través de la IA, que dará sentido a los datos, gestionará y orquestará los recursos de red y dotará de inteligencia a los sistemas conectados y autónomos (MinTic, 2019, p. 8).

Partiendo de allí surgen las *loot boxes*, y para entenderlas es necesario conocer la definición del llamado DLC-Downloadable Content (contenido descargable), que es aquel contenido adicional de paga al cual todo usuario, de diferentes plataformas digitales, tendrá derecho a acceder al adquirir un videojuego, independientemente del valor de este, y, en su defecto, gozar de contenido que no viene incluido de forma directa en el juego de video.

Cuando el videojuego es novedoso no está condicionado a producir el juego central, al contrario, este comienza a extenderse y a innovar el contenido. Este modo de alcanzar poco a poco el mercado DLC no es novedoso, sin embargo, ha logrado posicionarse y poner en marcha este procedimiento en las diversas plataformas desde la década del 2000. Empero, últimamente ha venido obteniendo más relevancia para el medio que controla la producción de estos videojuegos.

Este nuevo contenido puede ser tanto gratuito para el usuario como de pago, y va desde simples aspectos para personajes hasta grandes expansiones de contenido que alargan las horas de un videojuego. Para jugadores poco informados en este tema y para aquellos que desean tener todo el contenido posible de los títulos que adquieren, adquirir los DLC que van saliendo progresivamente puede ser algo habitual, dada la naturalidad con la que se han establecido en la cultura del videojuego (Ferrer, 2019, pp. 25-26).

Por lo que el DLC es aquel contenido descargable que las industrias han viralizado como estrategia de *marketing* con el fin de generar más ingresos en los videojuegos al vender paquetes de expansión para los mismos como, por ejemplo, escenarios, historias, armas, entre otras cosas. Lo que en un inicio dio origen a las microtransacciones fue abriendo paso a las *loot boxes*, que se convertirían en un gran mercado para las empresas desarrolladoras de contenido.

This economic model is used in many media such as purchasing e-Books for an e-Reader even when one already owns a physical copy of those books. In the video game world, this economic logic manifests as extra textual content that does not originally come on the software disc, such as multi-player maps for first-person shooters. This supplemental content is extremely important for many game genres for a multitude of reasons, including offering additions to the in-game story as well as keeping a game “fresh”. However, the most

significant reason for an in-creasing reliance on DLC for video games is that consumers end up paying for a game long after their initial purchase. Instead of paying once for a video game and leading to the afore-mentioned misconception of users enjoying a proportionately higher amount of hours of leisure time, the user is drawn into a perpetual cycle of commodification through DLC (Lizardi, 2012, p. 35).

A raíz de ello surge el modelo económico basado en la utilización de contenido adicional para los videojuegos, tras convertirse en una estrategia de *marketing* que busca tener los videojuegos lo más actualizados posible, con un costo adicional, con el fin de ofrecerle al usuario horas extras de juego o elementos benéficos para el desarrollo menos complejo de este, lo cual ha sido bien acogido por los usuarios, más no por distintos gobiernos que han afirmado, incluso, que esta estrategia es una forma de violentar los derechos del consumidor, en especial en Europa, donde se ha decidido regular este mercado en ciertos países.

The mechanism for microtransactions execution is integrated into on-lineservice for distribution of games to the end customer. For mobile games, microtransactions are performed via the stores of applications (App Store in the case of iOS system and Google play in the case of Android system). Programming tools, which are used for in-game store implementation and connection with the application store infrastructure, are available to developers. Since each user has to be registered before accessing the application store (even to download free applications), his existing account is used for issuing the invoice. In order to execute microtransactions, it is necessary to enter the preferred method of payment (in case of a first purchase), or to choose from a list of methods already entered (in case some microtransactions have already been executed earlier). [...] In the video game stores around the world Steam gift card can be bought, whose retying in Steam wallet brings gift credits. The credits are used for payment of the next purchase, and when they are spent another payment method is required (Tomic, 2017, pp 248, 250).

Lo que da a entender que las microtransacciones para adquirir paquetes complementarios en las distintas tiendas virtuales como Google Play, App Store, App Gallery, PlayStation Store, Amazon Store, entre otras tiendas digitales, se llevarán a cabo desde estas aplicaciones, que le proporcionarán al usuario la posibilidad de acceder a dicho contenido exclusivo. De

igual manera, las tiendas virtuales han llevado a cabo un método alternativo para la compra de estos contenidos por medio de tarjetas de regalo, también conocidas como *gift cards*, con el fin de que los consumidores no tengan un acercamiento directo con las microtransacciones.

Para lograrlo, es importante acceder a ejemplos de distintos videojuegos que hoy en día son referente internacional debido a la alta demanda para adquirir un contenido adicional. Es el caso, por ejemplo, de *Fortnite*, *Call of Duty*, *League of Legends*, *Saint Seiya Awakening: Kotz*, entre otros, los cuales recaudan cada año miles de millones de dólares por medio de un modelo de negocio basado en las microtransacciones.

Ahora, es importante adentrarnos más en la perspectiva jurídica de cómo el usuario puede llevar a cabo una reclamación al sentirse insatisfecho con lo que adquirió, así como el tipo de contrato bajo el cual se encuentran reguladas dichas compras en el Estado colombiano y en el mundo.

ANÁLISIS DEL ESTADO DE PROTECCIÓN Y REGULACIÓN EN LA REGIÓN

En esta sección se realizará un minucioso análisis jurídico respecto a la regulación normativa de las *loot boxes* y los DLC en diferentes Estados, así como los gravámenes o impuestos que se han creado en esta industria en los distintos sistemas jurídicos. En el caso particular de Colombia, gravámenes y regulación normativa derivados de la llamada Economía Naranja.

Partiendo de ello, se llevará a cabo un análisis desde la perspectiva jurídica en Estados como Chile y Colombia, así como las normas regulatorias existentes en países como Perú, Estados Unidos y Bélgica para, posteriormente, indagar respecto a la aplicación de este tipo de compras en el ordenamiento jurídico colombiano. Para lograrlo, es necesario comprender el momento en que comienza a surgir la idea de las *loot boxes* en los videojuegos y la efectividad o no bajo la que actuaron los diferentes Estados.

En la siguiente tabla se hace un comparativo entre dos normativas que abordan la temática de los videojuegos: en primer lugar, la normatividad chilena, y luego la colombiana, a partir del estudio hecho por Piracón (2017) (tabla 8.1).

	Chile	Colombia
Establecimientos		Los establecimientos que ofrecen servicios de videojuegos deben cumplir con normas mínimas de locales comerciales (iluminación, ventilación, baños). Los establecimientos no pueden estar a menos de 400 metros de los establecimientos educativos. Deben ser operados por un mayor de edad y no se puede vender alcohol ni cigarrillos. Las copias de los videojuegos que se utilicen deben ser originales. Los usuarios no pueden ser menores de 14 años
Circulación y exhibición	“Todo envase o envoltura que contenga un videojuego, sea nacional o importado, destinado a su distribución dentro del territorio nacional, y toda acción publicitaria de los mismos, cualquiera sea la forma o el medio a través del cual se realice, deberá contener en forma clara y precisa la advertencia sobre los grados de violencia contenidos en dicho videojuego”	“Todas las empresas que tengan por actividad comercial principal, o entre sus actividades comerciales la fabricación o importación de videojuegos deberán, antes de sacar cualquier título al mercado, someterlo al proceso de clasificación referido en la ley. Obtenida la clasificación, esta deberá indicarse en forma clara, expresa y legible en la parte frontal del empaque en que sea distribuido el videojuego”. “Ningún videojuego puede ser comercializado, distribuido, vendido o alquilado en el país sin la clasificación previa asignada por el Comité de Promoción, Clasificación y Seguimiento para el Uso de Videojuegos”
Prevención	“Las consolas de cualquier tipo para videojuegos, deberán disponer de un sistema de control parental, que permita el ingreso de una clave para ser accionado o cualquier otro mecanismo que permita a los padres, apoderados y adulto responsable el tener control sobre el contenido y la duración en el uso de videojuegos.”	Los encargados de establecimientos deben tener un certificado de manejo adecuado de jugadores patológicos. “Las autoridades territoriales de salud promoverán la capacitación a los propietarios y empleados de los establecimientos que prestan el servicio de videojuegos, para la identificación de jugadores patológicos y expedirán el certificado correspondiente”. “El comité debe promover campañas pedagógicas y educativas para informar a padres y jugadores sobre las consecuencias en la salud del uso de videojuegos”. “El comité debe exigir al Ministerio de Educación la publicación de orientaciones pedagógicas que permita a los estudiantes desarrollar destrezas para enfrentar situaciones de la vida cotidiana”
Clasificación	a) “Apto para todo público”. b) “Juego violento, solo apto para mayores de 13 años”. c) “Juego excesivamente violento, solo para adultos”	El comité revisará las clasificaciones que circulan en Colombia, actualizándolas periódicamente. “Todo videojuego que se comercialice, distribuya, venda o alquile en Colombia, deberá ser clasificado de acuerdo con los siguientes criterios: 1) Videojuego de abierta circulación: clasificación todos. Contenidos referidos a: entretenimiento educativo. Deportes. Competencias de vehículos reales o ficticios. Informativo respecto de datos, hechos, información de recursos, o materiales referentes a eventos históricos. Situaciones de naturaleza fantástica que incluyen personajes humanos y no humanos fácilmente distinguibles de la vida real. 2) Videojuego de circulación restringida: clasificación mayores de 18 años. Contenidos de apología, referencia, imitación, uso de: lenguaje soez. Desnudez, sexo o sexualidad. Bebidas alcohólicas. Drogas ilegales. Productos de tabaco. Discriminación de cualquier índole. Violencia, derramamiento de sangre, armas, lesiones humanas y muerte. Apuestas de dinero o propiedades”

Fuente: Piración (2017, pp. 8-11).

Con base en el esquema previo es importante resaltar que Colombia es de los pocos Estados latinoamericanos que ha regularizado, aunque sea de una forma mínima, la temática de videojuegos, a pesar de que ha obviado diferentes elementos que hoy en día poseen un vacío jurídico en el país.

Asimismo, en gran parte de Latinoamérica la situación se asemeja, puesto que la regulación existente no abarca las problemáticas derivadas de la industria de la programación de *software* y la creación de contenido digital y audiovisual. Muchas legislaciones se limitan a lo pactado en tratados internacionales, lo cual no es suficiente para controlar este fenómeno que día tras día se desarrolla con mayor velocidad, por lo que es menester que la norma se desplace bajo las pautas de desarrollo en las cuales se focalizan dichas industrias, ya que este marco de protección representa la estructura orgánica del videojuego; sin embargo, esta se limita y se adapta a las distintas transformaciones del mercado de los videojuegos, entre ellas, la gratuidad de cierta parte del material gracias a otros negocios jurídicos que se establecen a partir de la lógica del juego.

En el caso de Perú, las *loot boxes*, a nivel normativo, son consideradas como juego de azar, por lo que se encuentran semirreguladas por las normativas de protección al consumidor en juegos de azar. También el Reglamento del Impuesto Selectivo al Consumo de juegos de azar y apuestas aporta a este acápite una noción de los juegos de apuesta, pues señala que son contratos que claramente dependen del azar, pero más allá de esto, un factor determinante de dichas actividades es la habilidad del jugador, en donde se presagia el acontecimiento o se escogen unas combinaciones en concreto; en palabras de Loaiza (2020):

Este elemento de destreza ocasiona que, en nuestra opinión, cuente con una naturaleza distinta a la de las *loot boxes*, pues según la definición brindada para las *loot boxes* en el subcapítulo anterior, el común de estas es que tienen al azar como elemento caracterizador y no ven involucrada una demostración de destreza por parte del consumidor. Es por dicha razón que en nuestro análisis sobre las *loot boxes* no estamos utilizando la figura de las apuestas, sino exclusivamente la de los juegos de azar, los que, al menos *a priori*, se asemejan en diversas características a las cajas de recompensa. Luego, debemos verificar si el Código de Protección y Defensa del Consumidor establece alguna disposición con relación a los juegos de azar. Al respecto, tenemos que mencionar que esta norma, en su artículo 15, señala que “en el caso de sorteos, canjes o concursos se procede de acuerdo con el Re-

glamento de Promociones Comerciales y Rifas con Fines Sociales, aprobado mediante Decreto Supremo núm. 006-2000-IN, o con las normas que lo sustituyan” (p. 38).

Es decir, en Perú, según el legislador, se hace referencia a un juego de azar, puesto que, según la misma definición de la palabra *loot box*, indica que se trata de obtener aleatoriamente un objeto que será redimido en un juego determinado. Desde la presidencia de ese país se ha llevado a cabo la publicación de un decreto que hace alusión a los juegos de azar, buscando regular todo lo que tenga relación con ellos. Por dicha razón, Perú goza de cierta regulación, más no la necesaria para determinar la utilización de las *loot boxes* por parte de las empresas desarrolladoras o publicadoras de videojuegos.

El Decreto Supremo 010-2016-IN se encargó de modificar el Reglamento de Promociones Comerciales, entre otras políticas de esta materia, cuya esfera de utilidad y aplicabilidad está dirigida a personas naturales y jurídicas “de derecho público o privado u otro ente colectivo, que realice, con o sin autorización, bajo cualquier modalidad, promociones comerciales, rifas con fines sociales o colectas públicas, según corresponda” (Presidencia de la República de Perú, 2016).

Entendiendo esto, es claro que jurídicamente Perú ha promulgado normas generales en relación con el desarrollo de las microtransacciones y la protección al consumidor a partir de una perspectiva muy general, sin adentrarse en la regulación de estas, lo cual no representa un avance progresista desde una comparativa completa entre los países suramericanos.

En la actualidad, en Colombia, a nivel jurídico, existen múltiples retos para regular el mercado de los videojuegos, en especial en cuanto a la adquisición de DLC o *loot boxes*, ya que en algunos casos la tienda virtual no permite la posibilidad de entablar comunicación directa con la desarrolladora del videojuego en busca de reportar un problema al adquirir un paquete.

Otra de las estrategias de *marketing* implementadas por las distintas compañías desarrolladoras de videojuegos es ofrecer las denominadas *gift card* (tarjetas de regalo), con el fin de que los usuarios adquieran contenido adicional de los videojuegos sin necesidad de llevar a cabo microtransacciones. Sin embargo, esto tampoco se encuentra actualmente cobijado bajo la norma de protección al consumidor existente en Colombia, y presenta el mismo vacío jurídico en distintos Estados.

En ese orden de ideas, se entiende que en Colombia la legislación no cubre temas como la adquisición de videojuegos y las denominadas microtransacciones para acceder a los DLC o las *loot boxes*. Una de las mayores problemáticas en el país es la precaria regulación jurídica frente a este tipo de tecnologías y microtransacciones, por lo que se hace necesario, en un futuro, que las nuevas herramientas no se vean inmersas bajo lagunas jurídicas que imposibiliten su explotación alrededor del territorio nacional o que, por el contrario, no permitan la circulación de estas herramientas.

Mientras que al remitirnos a escenarios fuera del continente, como sería el caso de Europa, es posible descubrir que a nivel normativo se encuentra mayor regulación en este aspecto, puesto que han creado múltiples organismos que se encargan de verificar el contenido digital, así como determinar los rangos de edad a los que pertenece cada contenido. Sin embargo, las *loot boxes* no están allí, por el contrario, en la actualidad se presentan múltiples disputas jurídicas por su inexistencia

El DLC es aquel contenido descargable que las industrias han viralizado como estrategia de *marketing* con el fin de generar más ingresos al vender paquetes de expansión para los videojuegos, como se dijo anteriormente.

El código de seguridad PEGI *online* es un complemento del sistema PEGI. Se ha desarrollado para promover la protección en el cada vez más frecuente entorno del juego en línea (red activa de juego). Incluye no solo juegos en internet, sino también los que se juegan en línea a través de consolas, telefonía móvil o a través de redes *peer-to-peer* (Alonso-Geta, 2008, p. 42).

De esta forma, no solo se está regulando el contenido *offline* del videojuego, por el contrario, a través de esta subdivisión se buscará también regular y categorizar el contenido que los videojuegos ofrezcan en su modo *online*, en un intento de conservar un determinado orden para que los videojuegos se encuentren regularizados jurídicamente y los habitantes puedan adquirir sin preocupación distintos títulos con su respectiva advertencia.

Al entender esto, es posible constatar que en Europa se presenta mayor regulación normativa en cuanto a los videojuegos y el contenido digital, y, en la actualidad, existen disputas con el fin de regular las *loot boxes*; mientras que en Colombia también han surgido, durante los últimos años, planteamientos económicos que buscan mejorar la industria desarrolladora de *software* en el país, así como invitar a demás desarrolladoras tecnológi-

cas a invertir en territorio colombiano por medio de la Economía Naranja, siendo una de las apuestas más ambiciosas del Gobierno nacional para convertirnos en un Estado competitivo en el desarrollo de las tecnologías mencionadas, así como en aquellas que tienen relación con la industria en específico.

REGLAMENTACIÓN DE COLOMBIA Y PANORAMA FRENTE AL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR

El Estatuto del Consumidor tiene como finalidad otorgar las respectivas garantías a los consumidores, y ha sido el pilar de desarrollo respecto a más normas, las cuales tienen como objetivo constituir un margen de protección más amplio a quienes consumen, en este caso, contenidos digitales.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo se aprobó la ampliación por diez años más de la Ley Filmación Colombia (1556 de 2012), la cual permite exenciones para la realización de cine en Colombia. Se ha ampliado el espectro audiovisual que cubre. Es decir, que ya no solo es cine, sino también series de televisión y otros formatos como videojuegos; también se creó para el cine un nuevo formato de estímulos (Durango y López, 2019, p. 35).

Esta norma, en concordancia con los ideales de la Ley de Economía Naranja, busca incentivar la inversión extranjera y el emprendimiento nacional con el fin de invertir en este sector económico, siendo un ambicioso plan que a mediano y largo plazo busca posicionar a Colombia como la pionera en el desarrollo de estas tecnologías.

La Ley de Economía Naranja es un proyecto presentado por el Gobierno colombiano, pero existen dudas sobre si contribuye o contribuirá al crecimiento, el fortalecimiento y desarrollo de la economía del país o si podrá posicionar a Colombia como un atractivo de inversión en cuanto a la industria tecnológica se refiere:

Artículo 8. El Gobierno nacional identificará acciones e incentivos para el desarrollo y crecimiento de las industrias creativas y culturales, incluyendo facilitación de procesos de importación y exportación de bienes y servicios vinculados a actividades creativas y culturales, facilitación migratoria, promoción de agremiaciones dentro del sector, administración adecuada de las sociedades de gestión colectiva y

el establecimiento de incentivos estratégicos sectoriales, entre otras acciones. Las entidades territoriales velarán para que los permisos, autorizaciones y demás requerimientos necesarios a nivel local para el desarrollo de actividades creativas y culturales sean fácilmente pre-
visibles, transparentes y expeditos (República de Colombia, 2017).

Por lo que esta norma supone un estímulo hacia aquellas empresas que desarrollen contenido relacionado con las distintas tecnologías presentes en la Cuarta Revolución Industrial, siendo el caso específico los videojuegos, donde el Estado colombiano hace referencia al respaldo en cuanto préstamos para el avance de los proyectos, o futuras devoluciones, y el apoyo estatal en materia del Impuesto al Valor Agregado y retención en la fuente.

Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencian los intereses del Estado colombiano para invertir en esta industria e incentivar el emprendimiento y desarrollo en dichas tecnologías, ofreciendo múltiples estímulos y apoyos que favorezcan la realización de lo mencionado en la Cuarta Revolución Industrial, para generar mayor inversión por parte de los interesados en hacer crecer este sector.

Sin embargo, a nivel normativo, de lo cual se ha tenido que encargar la rama Legislativa específicamente, no se ha llevado a cabo un trabajo efectivo en la materia, puesto que no se ha regulado lo que en realidad es necesario, así como tampoco se han abierto debates con el fin de organizar las microtransacciones, donde aplicarían los DLC y las *loot boxes*, el sector de las 5G, la realización de *software* y los demás temas relacionados a la nueva industria de tecnologías.

El Estatuto del Consumidor, Ley 1480 de 2011, regula por defecto las relaciones de consumo; es decir, que aquellas transacciones comerciales que no están sujetas a una norma específica deben remitirse a lo dispuesto en el nombrado estatuto. Por esta razón, atendiendo a que no existen regulaciones concretas en torno a las transacciones en línea que se realizan en los videojuegos, es menester remitirnos a las normas que se aproximan mejor a este tipo de operaciones.

Es así como, para la compra de bienes o servicios digitales, a través de mensajes telemáticos, como es el caso de la adquisición de los denominados DLC y *loot boxes*, deberá remitirse a las disposiciones sobre comercio electrónico. Sobre estas, es de destacar el derecho a la información que tienen los consumidores y el derecho de retracto, que hace parte esencial del comercio electrónico (Superintendencia de Industria y Comercio, 2021, p. 9).

Teniendo en cuenta lo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio aclara la falta de una norma jurídica que regule lo relacionado en materia de las *loot boxes*, y que estas se encuentran acopladas a la Ley 1480 de 2011.

Al momento de realizar un análisis respecto a aquellas características dadas por este estatuto en materia de derechos al consumidor, se descubre que existen vacíos jurídicos en cuanto a microtransacciones se refiere, como la posibilidad de retractarse en estas compras; estos vacíos deben saldarse por medio de una norma, la cual cobije expresamente las microtransacciones y regule los derechos del consumidor a la hora de adquirir algún producto relacionado con las *loot boxes*, que son consideradas juegos de azar en decenas de países y que en otros buscan prohibir debido a la falta de garantías con el consumidor.

Entendiendo esto, lo idóneo para el caso sería llevar a cabo no solo incentivos para el desarrollo de estas nuevas tecnologías, sino, desde el campo normativo, prevenir malas prácticas en esta industria, puesto que, según han señalado distintos Estados, como es el caso de Bélgica, las *loot boxes* van dirigidas, en general, a un mercado de menores de edad, el cual busca la manera de incentivar a sus padres para adquirir las de forma repetitiva, obteniendo recompensas aleatorias que, hasta que no satisfagan el deseo individual de obtener una recompensa en específico, hará que el consumidor siga y siga gastando.

Bajo esta argumentación, el Legislativo de distintos Estados ha manifestado la necesidad de regular en esta materia la tecnología, evitando que los consumidores se vean inmersos forzosamente en gastos estrepitosos, así como desmotivar a la industria de convencer a los menores, potenciales consumidores, de invertir en las *loot boxes*.

Siendo así, otra temática de vital importancia que en la actualidad goza con cierta regulación es el derecho de autor para los creadores de contenido digital, como desarrolladores de videojuegos, programadores, entre otras profesiones derivadas del desarrollo tecnológico. Por lo que el Estado ha motivado el emprendimiento no solo en estas áreas del saber, también para que los jóvenes se inscriban, incluso de forma gratuita, en la educación superior relacionada a estas temáticas y reciban estímulos económicos que se verán reflejados en la matrícula, apoyando especialmente a las personas más vulnerables con el fin de generar mayor cantidad de profesionales en materia de nuevas tecnologías.

El marco jurídico del derecho de autor en Colombia encuentra su base legal en la Ley 23 de 1982, que fue modificada y adicionada por la Ley 44 de 1993; no obstante, en ninguna de ellas puede encontrarse una definición sobre la categoría de obras de soporte lógico, programas de ordenador o *software*, como sí fue el caso de algunas otras clases de obras, como la cinematográfica. Es necesario acudir al Decreto 1360 de 1989 por el cual se reglamenta la inscripción de soporte lógico (*software*) en el Registro Nacional del Derecho de Autor, para acercarnos al concepto de lo que se entiende por software en el ordenamiento jurídico colombiano (Álvarez-Cabrera y Reyes-Hernández, 2016, p. 164).

Por lo que, por medio de esta normatividad, se facilita el acceso a múltiples herramientas tecnológicas que hoy en día se constituyen alrededor del mundo bajo el lema de la industria 4.0; de esta forma, Colombia rectifica un ordenamiento jurídico que poco a poco se adapta a la Cuarta Revolución Industrial, pese a los desafíos que aún le auguran, sin embargo, se confirma que todavía tiene unas necesidades jurídicas en materia de desarrollo de nuevas tecnologías y regulación en microtransacciones.

Cabe resaltar que la industria de los videojuegos, debido a la pandemia a raíz de la covid-19, presentó un aumento de forma descomunal, lo cual hizo no solo que aquellas franquicias productoras de videojuegos obtuviesen miles de millones de dólares en ganancias, sino que también generó la necesidad social de buscar regular esta materia debido a las distintas quejas creadas por los consumidores por falta de garantías a la hora de adquirir este tipo de contenidos, como las *loot boxes*.

Hubo un aumento del 75 % en el consumo de juegos *online* durante la cuarentena en España, Italia, China y Estados Unidos. Marzo registró el mayor gasto digital en videojuegos de la historia, con más de 9.000 millones de euros, según la consultora Super Data. [...] Los servicios *online* de PlayStation, Xbox y Nintendo han sufrido problemas debido al aluvión de accesos. Y Steam, la principal plataforma de juegos para ordenadores alcanzó un récord: 24,5 millones de usuarios conectados a la vez, el pasado 4 de abril (Morla, 2020).

Colombia, al ser un mercado competitivo para las desarrolladoras de estas tecnologías, también requiere ser regulada en materia de microtransacciones que, hasta la fecha, se encuentran legalizadas por la Ley 1480 de 2011, lo cual, técnicamente, no satisface las necesidades de los consumidores en materia de microtransacciones al no contar con garantías a la hora de existir un reclamo

frente a las *loot boxes*, así como la inexistencia de muchos casos de entablar comunicación directa con los desarrolladores de los juegos, al reportar una novedad por compras fraudulentas o por adquirir paquetes equivocados, entre otros problemas derivados de la falta de comunicación entre consumidor y productor.

CONCLUSIÓN

Como conclusión, se logra demostrar la necesidad de que en Colombia se regulen las microtransacciones, fenómeno que en la actualidad no cuenta con la normatividad necesaria que proteja los intereses del consumidor a la hora de adquirir los DLC o las *loot boxes*. Es importante entonces que el Estado colombiano impulse una serie de normas con el fin de proteger los intereses del consumidor, que controlen este tipo de prácticas dentro del comercio electrónico, permitiendo que más allá del Estatuto del Consumidor vigente en Colombia se encuentren normas accesorias que traten la problemática de fondo.

La Cuarta Revolución Industrial está demostrando en el mundo un desarrollo sin igual, y avanza a pasos agigantados, por ende, los demás países deben reaccionar ante esta situación y regularizar cuanto antes todas las herramientas tecnológicas que se deriven de estas nuevas tecnologías. Colombia es uno de los países que presenta un desarrollo jurídico idóneo en cuanto a garantías hacia el consumidor del siglo XX, pero la actual regulación no ha tenido presente la era de la revolución digital y todo lo que se deriva de ella, puesto que aún carece de elementos mucho más necesarios, los cuales no solo atraerán la inversión internacional en esta materia, sino que también generarán las oportunidades y garantías esenciales en el mercado nacional.

Existe la necesidad de que haya mayor regulación en materia de microtransacciones, al ser un mercado con alta demanda; sin embargo, el Estado colombiano no se ha pronunciado al respecto, mientras miles de consumidores adquieren productos a través de dicho método, siendo una carga para la Superintendencia de Industria y Comercio.

Pese a los esfuerzos para integrar de una forma estructural las medidas, es claro que no existen mecanismos jurídicos a los cuales acudir con el fin de garantizar los derechos del consumidor en lo relativo a las *loot boxes* y los DLC, así como aquellas microtransacciones en el comercio electrónico, puesto que la mayoría de empresas en este segmento no poseen representación legal en Colombia, haciendo que con ello deban proveerse nuevos medios que establezcan las condiciones mínimas de protección hacia los consumidores.

REFERENCIAS

Alonso-Geta, P. M. (2008). Protección de la infancia y nuevas tecnologías de la comunicación: el código PEGI de regulación de los videojuegos y juegos ON-LINE. *Revista TESI*, 9(3), 29-47. <https://www.redalyc.org/pdf/2010/201017343003.pdf>.

Álvarez-Cabrera, S. F. y Reyes-Hernández, K. Y. (2016). Protección jurídica de los videojuegos a través del derecho de autor. *Opinión Jurídica*, 16(31), 155-174. Doi:10.22395/ojum.v16n31a7.

Cámara de Diputados de Chile (1997). Proyecto de ley que introduce modificaciones a la Ley N.º19496 de los derechos de los consumidores y sanciona la comisión de mircoabusos por parte de los proveedores. <https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=14173&prmTIPO=INICIATIVA>.

Ferrer, A. (2019). *La industria de los videojuegos y sus estrategias de marketing*. [Trabajo de grado]. Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España. <https://zaguan.unizar.es/record/85713/files/TAZ-TFG-2019-1506.pdf>.

Lizardi, R. (2012). DLC: Perpetual commodification of the video game. *Democratic Communiqué*, 25(1), 33-45. <https://journals.flvc.org/demcom/article/view/78739/76133>.

Loaiza, J. S. (2020). *Contenido del derecho de información, el deber de idoneidad y la protección de la salud y seguridad en los “loot boxes” a la luz de la normativa peruana en protección al consumidor*. [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/19010>.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic). (2019). Plan 5G Colombia. https://mintic.gov.co/micrositios/plan_5g/764/articles-162230_recurso_1.pdf. Durango, J. y López, A. (2019). La Economía Naranja en Colombia. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tda/502>.

Morla, J. (3 de mayo de 2020). Se dispara el consumo ‘online’ de videojuegos. *El País*. <https://elpais.com/cultura/2020-05-03/el-videojuego-echa-su-partida-mas-incierta.html>.

Piracón, J. A. (2017). Prohibido jugar: análisis de las leyes de videojuegos en Chile y Colombia. 6(12). <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/ludicamente/article/view/4326>.

Presidencia de la República de Perú (2016). Decreto Supremo N.º 010-2016-IN. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-reglamento-de-promociones-comerciales-rifas-con-fi-decreto-supremo-n-010-2016-in-1409577-9/>.

República de Colombia (12 de octubre de 2011). Congreso de Colombia. Ley 1480. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>.

República de Colombia (9 de julio de 2012). Congreso de Colombia. Ley 1554. Por la cual se dictan normas sobre la operación y funcionamiento de establecimientos que prestan el servicio de videojuegos y se dictan otras disposiciones. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1554_2012.html.

República de Colombia (23 de mayo de 2017). Congreso de Colombia. Ley 1834. Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1834_2017.html.

Superintendencia de Industria y Comercio (2021). Respuesta Derecho de Petición Radicado 21-242148. Archivo Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia.

Taddy, M. (2018). *The technological elements of artificial intelligence*. NBER. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w24301/w24301.pdf.

Tomic, N. (2017). Effects of micro transactions on video games industry. *Teaching Assistant, University of Kragujevac, Faculty of Economics*, 14(3), 239-258. https://www.researchgate.net/publication/322313479_Effects_of_micro_transactions_on_video_games_industry.