

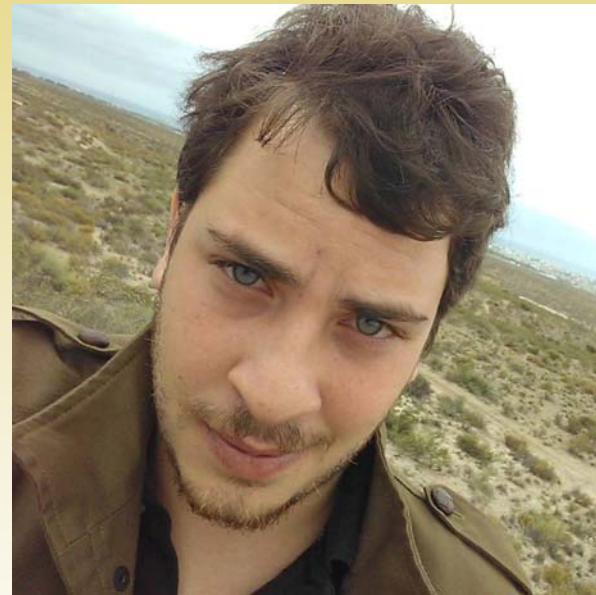
Juegos Online, Sociedad y Privacidad: un recorrido sociohistórico



Lic. Martín Gendler
IIGG-CONICET-FSOC-UBA

About me

- Licenciado en Sociología, docente y doctorando en Cs. Sociales (UBA)
- Investigo temas relacionados a Ciencia, Tecnología y Sociedad
- Investigo los videojuegos y juegos online desde una perspectiva sociológica desde 2012
- Investigo la problemática de la privacidad y apropiación de datos desde 2014
- Esta charla: síntesis, o propuesta de síntesis, entre ambas líneas



Objetivos de esta charla

- Analizar y abarcar las **relaciones establecidas entre los juegos online y la privacidad de los datos de los jugadores** en el presente contexto social capitalista informacional desde un enfoque de las ciencias sociales.
- Abordar los **fenómenos de los Juegos Online no solo desde los análisis clásicos de Ocio o Peligro de Adicción**, sino desde la sociabilidad que despliegan los jugadores y las estrategias de las empresas proveedoras del juego para lograr réditos económicos monetizando esas relaciones y violando la privacidad de los jugadores.
- Recorrer **casos ‘exitosos y emblemáticos’** de Juegos Online enfocando en los cambios de características técnicas, las distintas sociabilidades generadas entre los jugadores y la relación entre juego, empresas y datos personales brindados en cada caso.
- Ver los **cambios en perspectiva socio-histórica**

Juegos que analizaremos

- Counter-Strike (1998)
- Age of Empires II (1999)
- Ragnarok Online (2002)
- World of Warcraft (2004)
- Ikariam (2007-8)
- Minecraft (2011)
- Candy Crush (2012)
- Clash of Clans (2013)
- Clash Royale (2016)
- Pokémon GO (2016)

Breve recorrido histórico

- TIC como “forma de salida” de la crisis de 1973. Papel fundamental de la información y el conocimiento en la producción económica, política y social
- Caída del muro de Berlín y fin de la URSS (1989-1991) → inicio de primacía EEUU y UE.
- Proyecto hegemónico de “Sociedad de la Información” (1993-2005)
- **Formas de valorización de la información: 3 etapas**
 - a) 1973-1997 → Acumulación de I+D, patentes.
 - b) 1998-2007 → Bienes informacionales y cercamientos artificiales excluyentes e incluyentes
 - c) 2008-actual → Foco en control, almacenamiento, producción y difusión en base a datos personales.

Características de los Video Juegos (Online y Offline)

- Meta central
- Sistema de reglas claras
- Sistema de Feedback
- Obstáculos o pequeñas metas (sidequest)
- Participación voluntaria del jugador

(McGonigal, 2013)

- **Juegos como bienes informacionales (producto de materialización en BITS de información/conocimiento).**
(Gendler, 2015)

Variables a analizar

- Jugabilidad o intensidad de la experiencia de juego
- Interactividad con otros en el juego
- Interactividad con otros fuera del juego
- Pagos en dinero real.
- Recolección de datos de tráfico y contenido del jugador.

Datos

- De tráfico: “¿quién?” “¿cuándo?” “¿dónde?” y “¿para quién?”
- De contenido: ¿Qué? y el ¿Por qué?
- Directos: llenado de perfil, elección de foto, formulario, etc.
- Indirectos: “huella digital”, vinculación con dispositivos y otras plataformas, datos obtenidos desde contactos del usuario.

Respecto a los datos

Cuatro operaciones:

- 1) Colecta y creación de almacenes de datos.
- 2) Procesamiento: correlación algorítmica para hacer 'emerger' co-relaciones entre los datos. Big Data.
- 3) Creación y aplicación de los perfiles algorítmicos pre-determinados → ponderación 'personalizada' de ciertas informaciones.
- 4) Comercialización.

(Rouvroy y Berns; 2015 → Gubernamentalidad Algorítmica → orientación de conductas en "base a la realidad" a diferencia de las leyes que son "creación intencional. Los perfiles algorítmicos ponen "en pie de igualdad" ignorando los intereses y accionares socio-políticos y económicos por detrás de la creación de los perfiles y de los mismos algoritmos)

Contexto (1998-1999)

- Proceso de expansión de la masividad de las PC en los hogares y otros.
- Surgimiento de cyber-cafés y asistencia masiva
- Internet: lenta y cara.
- Principales medios de intercambio: chats (irc u otros), foros, email.



Counter Strike (1998)

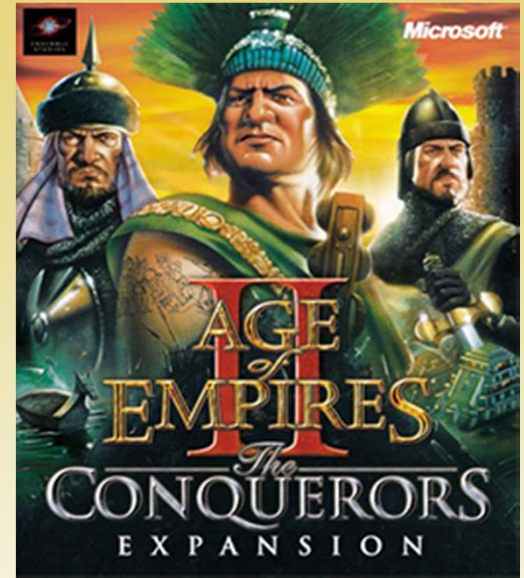


Counter Strike (1998)

- Juego FPS (First Person Shooter).
Modalidad PvP (Player vs Player)
Instalable, pocos requerimientos.
Empresa diseñadora: VALVE (EEUU)
Se puede jugar en LAN u Online.
Mayormente se jugaba en LAN
- **Jugabilidad: ALTA.**
Inmersión del jugador en el entorno de juego, jugador debe estar pendiente.
- **Interacción en el juego: ALTA**
Dos bandos: cooperación en el juego entre jugadores para eliminar al otro bando
- **Interacción fuera del juego: ALTA**
Estrategia y coordinación para lograr objetivo.
- **Pagos: NULA**
Se puede instalar con CD-ROM, no habilita a pagar una vez jugando
- **Recolección de datos: NULA**
No se solicita ningún tipo de dato personal, salvo IP para jugar online.

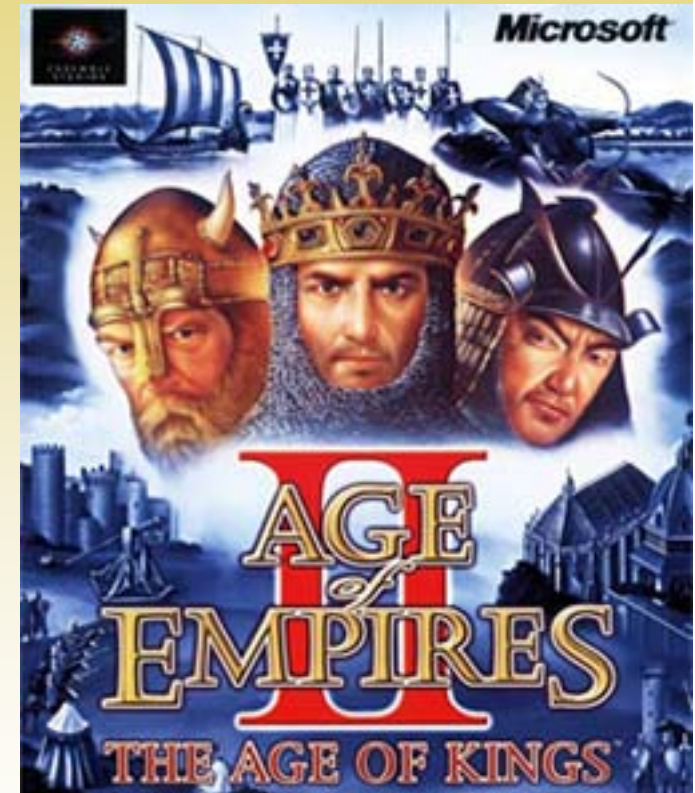


Age of Empires II (1999)



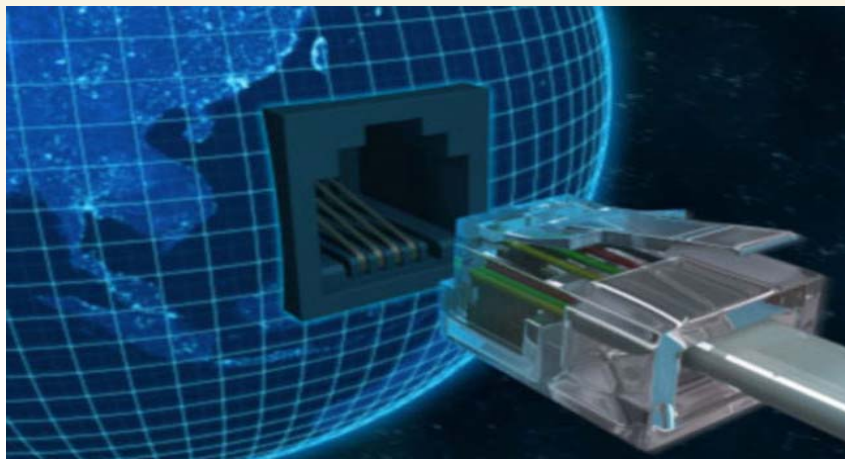
Age of Empires II (1999)

- Juego de estrategia en tiempo real. PvP
Instalable, pocos requerimientos.
Empresa diseñadora: Ensemble/Microsoft Games (EEUU). Se puede jugar en LAN u Online. Mayormente se jugaba en LAN
- **Jugabilidad: ALTA**
Inmersión del jugador en el entorno de juego, jugador debe estar pendiente en todo momento.
- **Interacción en el juego: ALTA**
2 o más grupos de alianzas para derrotar a los enemigos.
- **Interacción fuera del juego: ALTA**
Estrategia y planificación para derrotar al enemigo.
- **Pagos: NULA**
Se puede instalar con CD-ROM, no habilita a pagar una vez jugando
- **Recolección de datos: NULA**
No se solicita ningún tipo de dato personal, salvo hacer una cuenta en Z Games (Microsoft) para jugar online.



Contexto (2002-2004)

- Proceso de expansión de la banda ancha.
- Persistencia de cyber-cafés
- Se empieza a jugar más en las casas aunque debido a crisis económica (Argentina) este proceso es lento
- Internet: cara pero mejorando su velocidad.
- Primeras “redes sociales”, importancia de servicios de mensajería instantánea y foros.



Ragnarok Online (2002)

Character Select

STR	5
AGI	5
VIT	5
INT	5
DEX	5
LUK	5

Name

Make your Characters

OK cancel

Breed Lv. 20 / Acolyte / Lv. 16 / Exp. 2 %
 HP 223 / 223 | SP 19 / 102 | 5,782 Z

Inventory Status

Ruwach II
 Rleek : ahhhh
 Sight !!
 Ruwach II

© 1999 Gravity RagnarokOnlineScreenShotScreenChaos002.jpg is Saved.
 Kiara : lol
 Karan : LAG
 Grand : nice
 Rleek : ahhhh
 © 1999 Gravity RagnarokOnlineScreenShotScreenChaos003.jpg is Saved.

2002/12/06 Friday 21: 56: 30 www.Ragnarok.co.kr

PC DVD ROM
 ONLY DVD COMPATIBLE

inclus 3 mois d'abonnement

RAGNAROK
 RAGNAROK ONLINE™

7+ www.pegi.info

GRAVITY

ATARI

Equipment

	+10 Double Undecided Helm	
	Flu Mask of True Sight	
	+10 Mjolnir	
	Asprika	
	Megingjard	

+10 Double Undecided Helm	
+10 Spiritual Tunic	
+10 Shell of Resistance	
+10 Valkyrja's Shoes	
Megingjard	

Open Equip

Ragnarok Online (2002)

- Juego MMORPG. PvP o PvE (Player vs Environment)
Instalable, requerimientos medios.
Empresa diseñadora: Gravity Corp (Corea del Sur)
Solo se juega Online. Diferentes servidores, se crea una cuenta.
No hay verificación más allá del email.
- **Jugabilidad: ALTA**
Inmersión del jugador en el entorno de juego, jugador debe estar pendiente.
- **Interacción en el juego: ALTA**
Guilds (alianzas) o simplemente asociaciones entre jugadores para progresar juntos y superar diversas misiones.
También se interactúa con PNJ
- **Interacción fuera del juego: MEDIA**
Los jugadores pueden interactuar por fuera del juego pero no es estrictamente necesario ni brinda ventaja para conseguir objetivos.
- **Pagos: BAJA**
Juego posee servidores que se pagan con una mensualidad, y posee sistema de micropagos a cambio de objetos. No es fundamental el pago ni brinda ventajas significativas. (estética).
- **Recolección de datos: BAJA**
Datos de email y algunos datos personales en la creación de la cuenta.
Se puede dar datos falsos sin problemas.



World of Warcraft (2004)



Horde
Four races comprise the Horde: the brutal orcs, the shadowy undead, the spiritual tauren, and the quick-witted trolls. Beset by enemies on all sides, these outcasts have forged a union they hope will ensure their mutual survival.

Orc
The orc race originated on the planet Draenor. A peaceful people with shamanic beliefs, they were enslaved by the Burning Legion and forced into war with the humans of Azeroth. Although it took many years, the orcs finally escaped the demons' corruption and won their freedom. To this day they fight for honor in an alien world that hates and reviles them.
- May courage, increasing strength at the cost of health.

Rogue
Rogues are most successful when their deeds never come to light. Fond of poisons and silent projectile weapons, rogues rely on a blend of stealth and minor mysticism. Usually in the employ of rich nobles or local governments, the rogue redistributes wealth or eliminates designated targets. A rogue's allegiance



Altar of the Blood God [60-62] 17.7% R: 113.8% 12 fps 14.5 MIB 199 44 39 4/4/38 5/5/2 1:16 AM

Group 3

Seala

Nomed

Zedzed

Bloodmage

Galann

Mortagus

Morra

Saker

Prophet

Saker

Prophet

Omen2

Galann rolls 32 (15/00)

[Raid] [Raimein]: it's a nice trinket

[Raid] [Mortagus]: flexes his muscles. Ooohoh so strong!

[Raid] [Galann]: was that for heart?

[Raid] [Raimein]: yeah

[Raid] [Galann]: bah

Nomed receives loot. [Heart of Hakkar]

You cheer at Nomed.

World of Warcraft (2004)

- Juego MMORPG con modalidad PvP y PvE.
Instalable, requerimientos medios.
Empresa diseñadora: Blizzard (EEUU)
Solo se juega Online. Diferentes servidores, se crea una cuenta.
No hay verificación más allá del email.
- **Jugabilidad: ALTA**
Inmersión del jugador en el entorno de juego, jugador debe estar pendiente.
- **Interacción en el juego: ALTA**
Dos bandos (Horda y Alianza) y Guilds o simplemente asociaciones entre jugadores para progresar juntos y superar diversas misiones. Eventos de batallas masivas.
- **Interacción fuera del juego: MEDIA**
Los jugadores pueden interactuar por fuera del juego pero no es estrictamente necesario ni brinda ventaja para conseguir objetivos.
- **Pagos: BAJA**
Juego posee servidores pagos y otros gratuitos, no es necesario pagar para jugar pero existe la opción. Hasta 2013 no se implementaron sistema de micropagos.
- **Recolección de datos: BAJA**
Datos de email y algunos datos personales en la creación de la cuenta.
Se puede dar datos falsos sin problemas. 2013 se reveló que la NSA utilizaba el juego para intentar desarmar “canales de diálogo de terroristas”.



Contexto (2007-2008)

- Computadoras instaladas masivamente en los hogares.
- Decadencia de cyber-cafés
- Internet: accesible y con velocidad decente.
- Nacimiento del Iphone y de los smartphones pero lejos de llegar a público masivo.
- Inicio de los juegos *Freemium* y tendencia al **carácter masivo** de los juegos por fuera de comunidad gamer.
- Inicio de la masificación de las plataformas de redes sociales modernas.



Ikariam (2007)



Movimientos de tropas (24) **Informes de guerra (50)** Archivo

Batallas actuales

WhiteDragon [64-59]

7 Flota(s) / 0 en marcha

Vinolandia [64-59]

8 Flota(s) / 2 en marcha

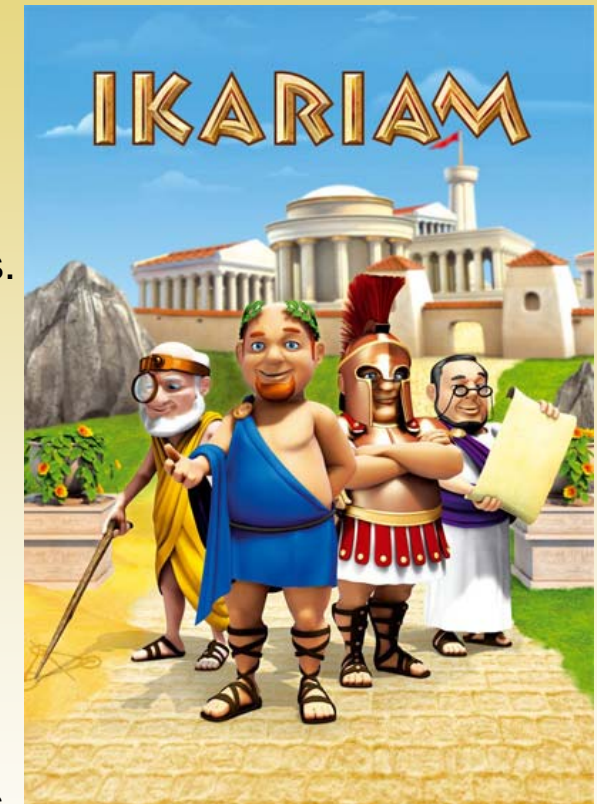
Movimientos de Flotas / Tropas

Horario de llegada	Unidades	Origen	Misión	Destino	Acción
14m 30s	0%	2344 Unidades	Ianegra4 (multi-el chiro)	WhiteDragon (Necro03)	
14m 30s	0%	30 Unidades	David Bryan (German_Wolf)	WhiteDragon (Necro03)	
14m 30s	0%	266 Unidades	David Bryan (CoRoNeL)	WhiteDragon (Necro03)	
14m 30s	0%	81 Unidades	BlackDragon (German_Woif)	WhiteDragon (Necro03)	
14m 30s	0%	349 Unidades	BlackDragon (German_Woif)	WhiteDragon (Necro03)	
-	0%	2419 Unidades	BlackDragon (Necro03)	WhiteDragon (Necro03)	
4m 27s	0%	160 Unidades	BlackDragon (Necro03)	Vinolandia (s3bassens)	
4m 27s	0%	2340 Unidades	BlackDragon (Necro03)	Vinolandia (s3bassens)	
8m 14s	0%	50 Unidades	BlackDragon (Necro03)	Vinolandia (s3bassens)	
10m 29s	0%	440 Barcos	Cocytos (Drakken)	Flegetone (Necro03)	
10m 51s	0%	10 Barcos	Eiriksfjord (Drakken)	Flegetone (Necro03)	
11m 2s	0%	10 Barcos	Halthabu (Drakken)	Flegetone (Necro03)	
11m 21s	0%	10 Barcos	Kaupang (Drakken)	Flegetone (Necro03)	
11m 33s	0%	10 Barcos	Reikjavik	Flegetone	



Ikariam (2007)

- Juego MMORTS con modalidad PvP.
No instalable, se ejecuta a través de navegador.
Empresa diseñadora: Gameforge (Alemania)
Solo se juega Online. Se crea cuenta con email.
- **Jugabilidad: BAJA**
Jugador no debe estar pendiente ni hay inmersión completa.
Poca intensidad de juego, se pueden hacer otras cosas mientras.
Tiempos diferenciales para construcción, batallas, etc.
- **Interacción en el juego: ALTA**
Diversas alianzas para cooperación e intercambio en batallas y comercio.
- **Interacción fuera del juego: ALTA**
El corazón del juego son los intercambios por fuera del mismo.
Utilización masiva del FORO para declarar guerras, paz, alianzas, etc.
- **Pagos: MEDIA**
Juego *freemium*. Posibilidad de comprar “ambrosía” para acelerar tiempos de construcción de edificios o tropas. Ventajas.
- **Recolección de datos: MEDIA.**
Datos de email y algunos datos personales en la creación de la cuenta.
Se monitorean las IP para evitar “tramposos”, se requieren confirmaciones para evitar baneos. Importancia del login y del no utilizar proxys u otras aplicaciones que dificulten la identificación.



Contexto (2011-2013)

- Expansión de consolas de videojuegos con Internet (PS3, XBOX).
- Desaparición de cyber-cafés
- Internet: accesible y con velocidad decente tendiente a rápida.
- Expansión de los Smartphones.
- Gran expansión de las plataformas de redes sociales en todos los ámbitos de la vida social.
- Nacimiento propiamente dicho de los Youtubers.



Minecraft (2011)



Minecraft (2011)

- Juego sandbox o “de mundo abierto”. PvP y PvE.
Instalable, se ejecuta a través de ordenador.
Empresa diseñadora: Markus Persson, Majon (Suecia)
Solo se juega Online. Si se compró el juego, se puede variar de personaje, si se pirateó hay que hacer otra cuenta.
- **Jugabilidad: MEDIA**
Depende mucho del mod jugado. El jugador puede elegir un MOD que tenga una fuerte intensidad o uno para jugar tranquilo sin estar pendiente.
- **Interacción en el juego: MEDIA**
Hay MOD que solo tiene sentido jugarlo en cooperación, otros donde la jugabilidad está pensada para ser individual.
- **Interacción fuera del juego: MEDIA**
Nuevamente depende del MOD, algunos la cooperación puede ser intra juego exclusivamente.
- **Pagos: MEDIA**
El juego original se compra para poder jugarlo en servidores premium con mejor conexión, mejores objetos y sin que se sature el servidor. Si se juega pirateado en algunos servidores se puede utilizar dinero real para comprar bonus
- **Recolección de datos: MEDIA.**
Si se compra el juego se crea una cuenta original con datos personales. El permitir jugarlo en consolas con acceso a Internet como PS3, PS4 o Xbox también permite la extracción de otros datos derivados (juegos comprados, preferencias).



Candy Crush (2012)



Candy Crush (2012)

- Juego “social” o “tres en línea” con modalidad PvPC.
No instalable, se ejecuta a través de navegador o app.
Empresa diseñadora: King (Suecia)
Se juega Online o sin conexión. Inicialmente solo online como aplicación de Facebook.
- **Jugabilidad: BAJA**
Si bien el superar el nivel requiere concentración, el resto no posee intensidad..
- **Interacción en el juego: NULA**
Salvo intercambios o “competir” contra el puntaje de los amigos, no hay interacción.
- **Interacción fuera del juego: BAJA**
Foros y chats para contar experiencias y tácticas pero no son necesarios.
- **Pagos: ALTA**
Juego freemium que cuenta con sistema de bonus y accesorios vía pago en dinero. Muchos niveles son casi imposibles de pasar sin la utilización de uno de estos bonus.
- **Recolección de datos: ALTA.**
Al ser originalmente una aplicación de Facebook y luego trasladarse a los smartphones como app para Android y IOS el juego solicita acceso a múltiples datos personales, fotos, cámara, micrófono, etc con lo que se realiza una recolección importante de los datos del jugador.



Clash of Clans (2013)



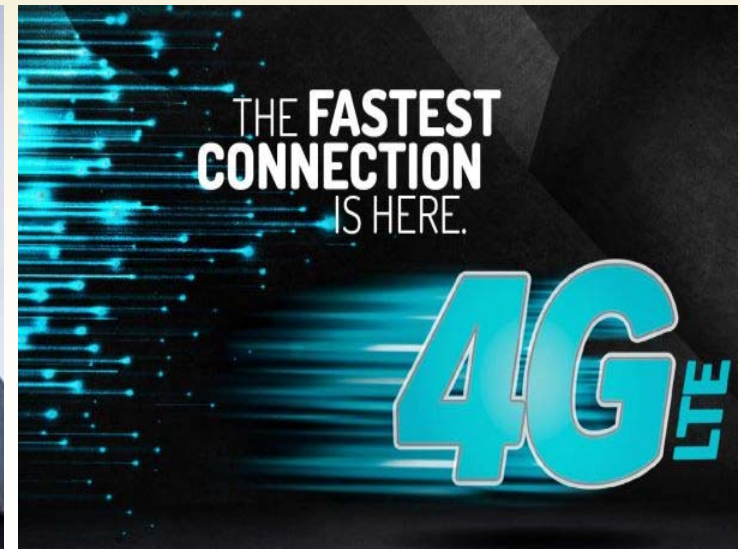
Clash of Clans (2013)

- Juego “social” con modalidad PvPC.
No instalable, se ejecuta a través de app.
Empresa diseñadora: Supercell (Finlandia)
Se juega Online. Lanzado pensando en el mercado móvil.
- **Jugabilidad: BAJA**
Si bien las batallas son intensas, el resto no requiere de mayor concentración
- **Interacción en el juego: BAJA**
Salvo intercambios o un chat, no hay interacción.
Siempre se pelea vs. la IA y uno no puede participar en la defensa de forma activa.
- **Interacción fuera del juego: BAJA**
Foros y grupos de WP para contar experiencias y tácticas pero no son necesarios.
- **Pagos: ALTA**
Juego *freemium* que cuenta con sistema de bonus y accesorios vía pago en dinero. Acelera la construcción y reclutamiento de tropas y facilita el poder construir y acceder a nuevas herramientas.
- **Recolección de datos: ALTA.**
Al ser uno de los primeros juegos creado exclusivamente para IOS y Android, el juego solicita acceso a múltiples datos personales, fotos, cámara, micrófono, etc. con lo que se realiza una recolección importante de los datos del jugador.

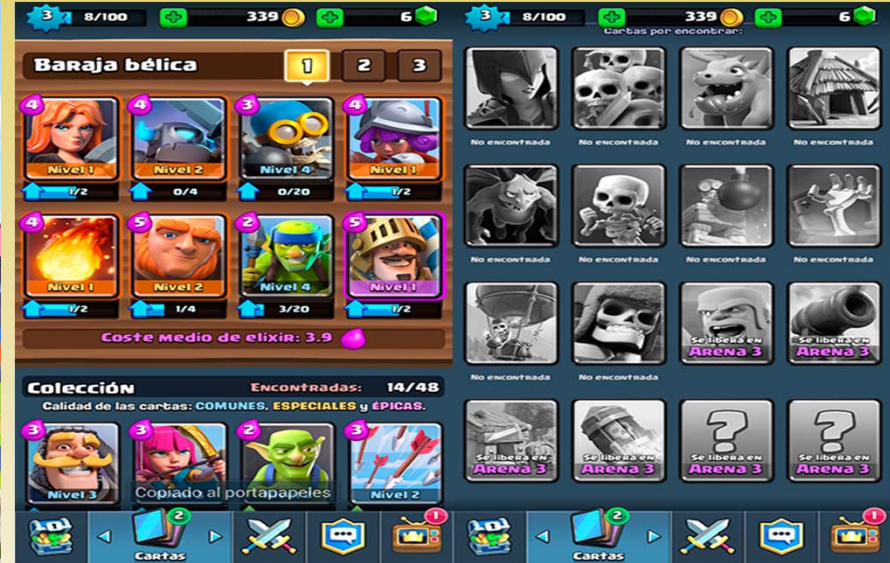


Contexto (2016)

- Caída del uso de PC de escritorio vs incremento exponencial de uso de Smartphones.
- Internet: accesible y con velocidad decente tendiente a rápida. (continúa). Incorporación del 4G
- Reducción considerable de la brecha digital “de acceso” → resultado del abaratamiento de tecnologías y de planes de inclusión digital.
- Revelaciones de Edward Snowden (2013) → mayor importancia y visibilidad de las violaciones a la privacidad.



Clash Royale (2016)

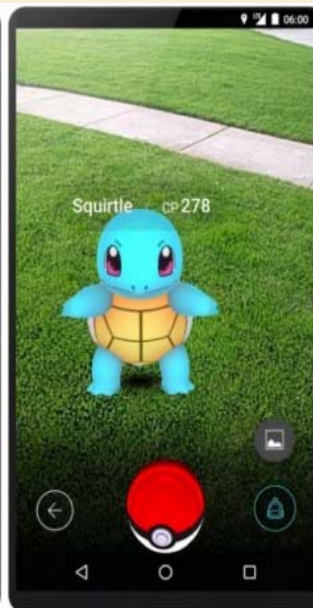
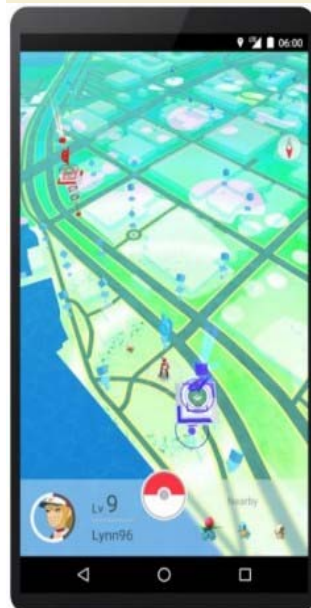


Clash Royale (2016)

- Juego “social” con modalidad PvP.
No instalable, se ejecuta a través de app.
Empresa diseñadora: Supercell (Finlandia)
Se juega Online. Lanzado pensando en el mercado móvil.
- **Jugabilidad: ALTA**
Las batallas son intensas y requieren una concentración constante.
- **Interacción en el juego: MEDIA**
Intercambios para mejoras de cartas y mínima cooperación para abrir nuevos cofres. Batallas contra otros jugadores.
Interacción fuera del juego: BAJA
Foros y grupos de WP para contar experiencias y tácticas pero no son necesarios.
- **Pagos: ALTA**
Juego *freemium* que cuenta con sistema de bonus y accesorios vía pago en dinero. Acelera la apertura de cofres y la mejora de cartas.
Recolección de datos: ALTA.
Al ser un juego creado exclusivamente para IOS y Android, el juego solicita acceso a múltiples datos personales, fotos, cámara, micrófono, etc. con lo que se realiza una recolección importante de los datos del jugador. Asimismo se permite la vinculación con la cuenta Google y cuenta de Facebook.
Registro de elecciones, estadísticas internas (y externas) de usos y tácticas (CR TV).



Pokémon GO (2016)



Pokémon GO (2016)

- Juego de realidad aumentada basado en localización. PvE.
No instalable, Online, se ejecuta a través de app.
Empresa diseñadora: Niantic (EEUU)
- **Jugabilidad: BAJA**
Si bien el capturar un pokémon requiere de concentración, el resto del tiempo su intensidad es mínima.
- **Interacción en el juego: NULA**
No hay posibilidades de interacción en el juego.
Incluso las batallas son contra la IA que representa a un usuario existente
- **Interacción fuera del juego: BAJA**
Solo un 9% (datos encuesta propia) declara haber conocido a otra persona vía el juego. Foros y chats por fuera del mismo muy poco utilizados.
- **Pagos: ALTA**
Juego freemium que cuenta con sistema de accesorios para mejorar la jugabilidad, muchos de ellos no conseguibles por otros medios.
- **Recolección de datos: ALTA.**
Requiere de la geolocalización para poder jugar. Durante un lapso de tiempo importante solo se podía acceder vía cuenta de Google. Se registran las huellas de movimiento del usuario y se vincula con otras actividades en Internet. Niantic es una empresa que nació en Google y actualmente declara ser independiente pero estar “fuertemente vinculada”



Comparación

	Counter Strike (1998)	Age of Empires II (1999)	Ragnarok Online (2002)	WOW (2004)	Ikariam (2007)	Minecraft (2011)	Candy Crush (2012)	Clash of Clans (2013)	Clash Royale (2016)	Pokémon GO (2016)
Jugabilidad/Intensidad de juego	ALTA	ALTA	ALTA	ALTA	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	ALTA	BAJA
Interacción con otros en el juego	ALTA	ALTA	ALTA	ALTA	ALTA	MEDIA	NULA	BAJA	MEDIA	NULA
Interacción con otros fuera del juego	ALTA	ALTA	MEDIA	MEDIA	ALTA	MEDIA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA
Pagos	NULA	NULA	BAJA	BAJA	MEDIA	MEDIA	ALTA	ALTA	ALTA	ALTA
Recolección de datos	NULA	NULA	BAJA	BAJA	MEDIA	MEDIA	ALTA	ALTA	ALTA	ALTA

Conclusiones parciales de esta charla

- Cada vez disminuye más la intensidad de los juegos, la posibilidad del contacto con otros jugadores y la utilidad de esto. (Salvo CR)
- Aumenta más la modalidad que incluye pagos y la recolección de datos en los juegos impidiendo jugar de no aceptar esta transferencia de datos. **Juegos como canal para obtención de datos “voluntarios”** que de otro modo sería difícil acceder (de forma voluntaria).
- **Los cambios socio-históricos también influyen en el diseño** de estos juegos “emblema”, en los dispositivos donde se utilizan y en los negocios que se esperan lograr con ellos.

Conclusiones parciales de esta charla

- Cada vez **se tiende más a jugar de forma individual** o al menos a **jugar con otros estando solo en el lugar**, cuando antes esto era casi impensado.
- Debido a la “lucha contra la piratería” la **tendencia a solicitar y registrar datos personales aumenta** incorporándose en los juegos nuevos y en las nuevas versiones de los juegos ‘clásicos’.
- La lógica de recolección algorítmica y de creación de perfiles incluye a los **juegos, utilizándolos como canales de obtención al que el usuario llega “menos precavido”**.
- Futuros desarrollos de juegos parecen seguir la **tendencia a juegos menos intensos, menos jugados en conjunto y más recolectores de datos** (en función con la apropiación de datos como cada vez más importante para las economías capitalistas y para el control/vigilancia de los individuos y grupos) → **tendencia a incluir a “todos” y no solo a los “gamers”**.

¡Muchas Gracias!

Martín Gendler

martin.gendler@gmail.com