

Treball de fi de grau

Títol

Esports y trampas: narrativas en el problema del 'cheating' en Counter-Strike: Global Offensive

Autor/a

Vilma Arrufat Balanzá

Tutor/a

Emilio Fernandez Peña

Departament

Departament de Publicitat, Relacions Pùbliques i Comunicació Audiovisual

Grau

Comunicació Audiovisual

Tipus de TFG

Recerca

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Esports i trampes: narratives en el problema del 'cheating' a Counter-Strike: Global Offensive

Castellà:

Esports y trampas: narrativas en el problema del 'cheating' en Counter-Strike: Global Offensive

Anglès:

Esports and cheats: narratives on the cheating problem on Counter Strike: Global Offensive

Autor/a:

Vilma Arrufat Balanzá

Tutor/a:

Emilio Fernandez Peña

Curs:

2016/17

Grau:

Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Esports, Counter-Strike, trampes, Global Offensive, comunicació, narratives

Castellà:

Esports, Counter-Strike, trampas, Global Offensive, comunicación, narrativas

Anglès:

Esports, Counter-Strike, trampas, Global Offensive, comunicación, narrativas

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Esports i trampes: narratives en el problema del 'cheating' a Counter-Strike: Global Offensive

Castellà:

Esports y trampas: narrativas en el problema del 'cheating' en Counter-Strike: Global Offensive

Anglès:

Esports and cheats: narratives on the cheating problem on Counter Strike: Global Offensive

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. MARCO TEÓRICO.....	4
1. Ética y trampa en los videojuegos.....	4
1.1 Trampas en los videojuegos competitivos.....	7
2. Entorno y contexto.....	10
2.1 Esports.....	10
2.2 Counter-Strike.....	13
2.3 Actores en la escena competitiva.....	17
2.3.1 Desarrolladores.....	18
2.3.2 Ligas y eventos.....	19
2.3.3 Equipos.....	23
2.3.4 Canales.....	24
2.3.5 Otros.....	27
3. Comunicación corporativa como moldeador de la realidad.....	27
III. METODOLOGÍA.....	31
1. Objeto de estudio.....	31
2. Objetivos.....	31
3. Preguntas a investigar.....	32
4. Herramientas y procedimientos.....	33
IV. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	35
1. Presentación de la investigación.....	35
2. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.....	50
V. CONCLUSIONES.....	54

VI. BIBLIOGRAFÍA.....	55
VII. ANEXOS.....	64

I. INTRODUCCIÓN

El deporte electrónico, la profesionalización de los videojuegos competitivos, los esports... A quien le suenen lejanos estos términos, probablemente necesite una actualización. Durante los últimos años, los esports han crecido hasta formar una industria asombrosamente joven pero también gigantesca. Mueve grandes cantidades de dinero, se mueve con un séquito de grandes compañías que la patrocinan, moviliza a una afición inabarcable, tiene sus propios escándalos y, cómo no, se comunica.

En este estudio, partimos de ese gigante para fijarnos en uno de sus hijos predilectos: el videojuego Counter-Strike: Global Offensive. En sus 5 años de vida, este videojuego ha atravesado varios escándalos relacionados con las trampas, una gran multitud de voces se han alzado o callado en torno a ellos y, en conjunto, la situación supone un reto comunicativo y estratégico para los distintos actores implicados en la industria de Counter-Strike.

El análisis de esta situación es también un reto, pero principalmente ha de ser un deber.

II. MARCO TEÓRICO

1. Ética y trampa en los videojuegos

A la hora de estudiar la ética en los videojuegos, es obligado considerar la multiculturalidad de los mismos. Debido a su consumo globalizado, se trata de un ámbito que reúne a una multiplicidad de culturas. Sin embargo, tal y como afirma el profesor Robert L. Simon, “el desacuerdo moral entre culturas u otro tipo de grupos no debería disuadirnos de emprender una investigación moral o de la crítica y evaluación racionales” (Simon, Torres, Hager 2014: 20).

En 2015, la revista *Nature* publicaba un estudio multicultural titulado *La ontogenia de la justicia en siete sociedades*. En este estudio, investigadores de Estados Unidos, Canadá y Senegal se entrevistaron con 1732 niños en siete países con poblaciones diversas pertenecientes a distintos cultos religiosos. Así, determinaron que a partir de los 4 años se desarrolla espontáneamente el sentido de la justicia y no se toleran los abusos (Kraus, 2016).

Según los resultados del estudio, podemos concluir que la justicia –no en su sentido legal sino en el ético– forma parte de la naturaleza humana más allá de las diferencias culturales. Entonces, ¿qué es lo que hace que reine la injusticia? Simon da un ejemplo explicativo que responde a la pregunta:

Supongamos que la cultura A cree que los ancianos deben ser separados del grupo y abandonados a su suerte cuando ya no pueden contribuir al bienestar general, pero la cultura B no está de acuerdo. Claramente, hay un desacuerdo aquí, pero ambas culturas comparten también valores fundamentales más profundos. Por un lado, las circunstancias de cada cultura pueden ser diferentes. La cultura A apenas puede sobrevivir al nivel de subsistencia; La cultura B puede ser afluente y, por lo tanto, capaz de cuidar a sus miembros más viejos. [...] Se puede argumentar que cada cultura acepta el mismo principio básico de promover el bien mayor para el grupo, pero el principio podría aplicarse de manera diferente en las diferentes circunstancias en las que cada grupo se encuentre. (Simon, 2014, p. 18-19)

Si bien hay puntos concretos de la ética, como el sentido de justicia, que existen en un amplio número de sociedades, esto no significa que se vayan a traducir en las mismas acciones. Cada individuo, pese a tener un sentido de la justicia primario e inherente a su propia naturaleza, verá sometida esa percepción a la complejidad de la situación cultural que le rodee. Así lo hace notar también el estudio publicado en *Nature*, que sitúa en los 8 años la edad a la que los niños entrevistados mostraban influencias culturales en su sentido de justicia (Kraus, 2016).

Para alguien que juega a un videojuego, hacer trampa no significa necesariamente hacer algo injusto o éticamente incorrecto (Consalvo, 2007). Pero, ¿qué es hacer trampas? Según el filósofo Bernard Suits, las reglas constitutivas de los juegos crean retos innecesarios que hacen que realizar una tarea normal, como meter una pelota en un agujero en el caso del golf, se convierta en un juego desafiante que requiere una puntuación legítima. Ese objetivo primario, según acuña el propio Suits, es el objetivo pre-lúdico, mientras que la añadidura de desafíos intermedios suman el objetivo lúdico. Por otro lado, la aceptación de las reglas constitutivas, con el propósito de enfrentar el desafío del juego, para Suits supone una actitud lúdica (Simon, Torres, Hager, 2014: 30-32).

Aunque Bernard Suits no se refería a los videojuegos, éstos tienen mucho que ver con los juegos tradicionales (Jenny, Manning, Keiper, Olrich: 2016). En un videojuego de lucha como el *Street Fighter*, por ejemplo, el objetivo pre-lúdico es derrotar al oponente en un combate de uno contra uno. Sin embargo, todo el complejo de normas y características que diseñan los desarrolladores, las leyes del videojuego, componen el objetivo lúdico.

Simon escribe que “uno puede ganar el juego simplemente jugándolo”, esto es, asumiendo sus normas, “y como los trampos no lo juegan, no pueden ganar”. Siguiendo el camino lógico que abre esta afirmación, asumimos que los trampos, al transgredir las reglas constitutivas, están jugando a otro juego. Por lo tanto, hacer trampas supone, al redefinir las normas constitutivas de un juego o videojuego, diseñar un objetivo lúdico propio. De una manera muy similar lo define J. Barton Bowyer: “hacer trampas, no jugar el juego que refleja la norma, indica que hay otro mundo, el mundo del engaño, en el cual la gente no juega al juego, tu juego, sino al suyo propio” (Simon, 2007: 34-35).

Mia Consalvo analiza la historia de las trampas en los videojuegos, así como a los jugadores y las industrias periféricas. “El código es la ley”, escribe, “y construye las reglas del juego. Pero, para los jugadores, esta ley no es una construcción oculta, y para algunos está abierta a ser puesta en duda e incluso alterada” (Consalvo, 2007: 85). Al fin y al cabo, hacer trampas es algo que se ha convertido, hasta cierto punto, en algo socialmente aceptado, y las revistas de videojuegos son una prueba de ello. Los consejos, tutoriales e incluso códigos para obtener información extra y ventaja en un videojuego han proliferado especialmente en revistas especializadas y en internet, desde que se publicara la primera revista de Nintendo en 1987 (Consalvo, 2007: 20-39).

No obstante, no para todos es trampa algo como seguir una guía en algunos puntos difíciles del juego. Para tratar de esclarecer los distintos niveles a la hora de hacer trampas, Consalvo considera esencial la percepción del usuario. Por ello, realizó una serie de entrevistas a 24 jugadores habituales con edades entre los 14 y los 41 años, determinando así diferentes percepciones respecto a lo que significa ser un *cheater*, que es como se denomina habitualmente a los tramposos en la comunidad. Aunque su muestra dista de ser representativa, puede dar una idea de las diferentes tendencias que se encuentran entre los jugadores (Consalvo, 2007: 86).

Como resultado de las entrevistas, en un extremo del espectro situó a los “puristas”, es decir, aquellos jugadores que creen que “cualquier cosa que no sea un esfuerzo en solitario en completar un juego es hacer trampa”. En un punto intermedio, señaló a un grupo de usuarios “que no ve como trampa el uso de ayudas como tutoriales y guías” y relega el significado del término a la alteración del código del videojuego, sea mediante códigos diseñados por los desarrolladores o mediante códigos de los jugadores que piratean el juego (Consalvo, 2007: 86-90).

Por ejemplo, en el videojuego de simulación social *Los Sims 3* puede aparecer, pulsando determinadas teclas, una consola donde el mismo jugador introduce comandos diseñados por los desarrolladores que alteran el código del juego. No es difícil que el jugador tenga conocimiento de los mismos, pues han tenido una especial difusión en internet. Así, al jugador sólo le basta escribir “motherlode” en dicha consola para obtener al instante una buena

cantidad de dinero extra, con lo cual modifica al instante el objetivo lúdico del juego (Ribka, 2016). Antes, ese dinero era una preocupación más a la hora de avanzar en el juego, pero, al hacer uso del comando, el usuario decide no preocuparse por aspectos como que sus Sims tengan un buen trabajo.

Para los dos primeros grupos en la clasificación de Consalvo esta acción convertiría al jugador en un *cheater*, mientras que para el tercero no sería así. Este último grupo dice “que las trampas existen únicamente en relación a otros jugadores”, es decir, que únicamente se consideran como tal si el juego es multijugador y, por lo tanto, el trámposo juega con unas reglas distintas al resto a pesar de situarse en un mismo espacio de juego. Según Consalvo, esta percepción sería la mayoritaria entre los jugadores (Consalvo, 2007: 90-92).

Al afectar también a otros jugadores, las trampas en los multijugador son las más dañinas para el videojuego en cuestión y para sus usuarios. Pero, ¿qué es lo que hacen los *cheaters*? Consalvo distingue las trampas del videojuego multijugador en cuatro grandes categorías: las que se aprovechan de un fallo del desarrollador, sin necesidad de cambiar el código; las que se aprovechan de las personas, utilizando ingeniería social con otros jugadores; las que se aprovechan del código, normalmente descargando *hacks* u otras trampas; y las que se aprovechan de los sistemas de terceros, los cuales tienen un código que funciona paralelamente al código del juego (Consalvo, 2007: 113-122).

1.1 Trampas en los videojuegos competitivos

Aunque Consalvo escribiera su libro sobre *cheating* en pleno auge del deporte electrónico competitivo (Syrota, 2011), en 2007 aún no había habido escándalos de repercusión internacional relacionados con trampas o *cheats*. Hoy en día, en los eSports se han dado, por ejemplo, casos de arreglo de partidos o *match fixing*, una práctica que existe también en el deporte tradicional y que consiste en acordar, previamente y por conveniencia, el resultado de un encuentro (Durrani, 2016). También ha habido casos de *ringers*, un término que denomina a los jugadores que usan cuentas ajenas para sustituir a un compañero en un campeonato no presencial (Billy, 2016).

Por lo que respecta a las trampas contempladas en la clasificación de Consalvo, la profesionalización de los eSports ha impedido grandes problemas por fallo del desarrollador, y la ingeniería social no suele funcionar entre jugadores profesionales. En cambio, el *software* de terceros, sean *hacks* o sistemas más complejos, sí ha protagonizado varios escándalos en la historia de los eSports.

Aunque hacer trampas en eSports es una cuestión ética y de simple normativa para los jugadores, ahora puede llegar también a ser una cuestión legal para los que desarrollan ese *software*. De momento, las medidas más contundentes son las de Corea del Sur, donde a finales de 2016 se aprobó una ley por la cual “diseñar o distribuir programas no autorizados por la compañía desarrolladora” puede llegar a suponer 5 años de cárcel o multas de hasta 43.000 dólares. Gracias a este tipo de medidas, las compañías ya no tienen que buscar leyes indirectas para poder evitar esas prácticas (Steiner, 2017). Se trata del primer país que asume medidas de este tipo, aunque no es de extrañar de los surcoreanos, que tienen su propia asociación estatal de eSports (KeSPA) e incluso los consideran deporte olímpico (Otero, 2015).

De momento, las compañías más allá de Corea del Sur deberán explorar la ley sobre derechos de autor en su país para intentar ganar la situación. Es un ejemplo de ello la denuncia de la empresa estadounidense Riot Games, desarrolladora del videojuego *League of Legends*, que en 2017 ganó en los juzgados a los creadores de LeagueSharp, la mayor página hasta la fecha de *scripts* y *hacks* (Guiñón, 2017).

Sin embargo, los jugadores profesionales que los utilizan no se mencionan en ninguna ley, ni tampoco el sistema de sanciones es tan claro y estricto como el que se suele aplicar, por ejemplo y buscando el símil, frente al dopaje en los deportes convencionales. Pese a que las trampas están consideradas como una violación directa de la deportividad en las competiciones, y pese a que en dichas competiciones cada vez se mueven mayores cantidades de dinero (Pearson, 2015), el resto de países aún no han encauzado una solución legal al problema. De momento, las medidas de precaución consisten, principalmente, en programas electrónicos diseñados para detección de trampas y procedimientos cautelares en los campeonatos presenciales. Las consecuencias, en caso de ser detectado, suelen ser la

expulsión de campeonato en el que se estuviera participando y, dependiendo del videojuego, la inhabilitación de la cuenta del jugador.

Aunque, por su evolución natural, probablemente los eSports acaben siendo contemplados en la Ley, de momento siguen apareciendo nuevos casos de trampas. Los jugadores profesionales y amateurs siguen evadiendo cuestiones éticas, o en todo caso poniendo por delante otras prioridades. Aun así, com escribe Consalvo, “a menudo sienten la necesidad de justificar sus acciones, dadas las connotaciones generalmente negativas asociadas a las trampas” (Consalvo, 2007: 93). Siguiendo esta afirmación, cabe la posibilidad de que para la mayoría de jugadores no sea tanto la realidad ética de sus acciones como la percepción social que exista sobre las mismas.

James Austin, profesor titular de la Harvard Bussines School, daba en 1996 una charla en el contexto del programa Presidentes de Empresas de la Universidad de los Andes y la Fundación Buen Gobierno. Allí, Austin presentó como concepto “las trampas de la ética”, que son los caminos lógicos que se suelen tomar los individuos para justificarse ante los demás o ante uno mismo (El Tiempo, 1996).

En su enumeración de estas “trampas”, aparecían nueve casos comunes y extrapolables más allá del contexto empresarial: el “sólo esta vez”, que relativiza la gravedad de las acciones del individuo; el “no seré descubierto”, que relega el problema al conocimiento que otros tengan del mismo; el “donde fueres, haz lo que vieres”, que sitúa la ética en lo que haga la mayoría; la “ceguera moral”, en la que el individuo no es capaz de resolver dilemas éticos; el “mutismo moral”, referente al silencio del que sabe pero calla; el “no existe norma al respecto”, que alega la falta de una prohibición explícita; el “siga la Ley”, pese a que no todo lo que ésta incluye es ético; la “obediencia”, donde los individuos argumentan estar cumpliendo órdenes; y la “protección empresarial”, en la que se cree estar haciendo lo correcto porque se esté protegiendo a la compañía (El Tiempo, 1996).

Así, hacer trampas normalmente supone hacerlas a varios niveles, donde el jugador se mueve desde la transgresión de lo normativo hasta la transgresión de lo ético. ¿O es al revés?

2. Entorno y contexto

2.1 eSports

La historia de los eSports tiene su punto de partida en 1997, cuando Microsoft patrocinó un torneo de *Quake* llamado Red Annihilation, el premio del cual era un flamante Ferrari rojo. A partir de aquí, los eSports empezaron a llamar la atención y en esa época empezó a nacer una pequeña industria al respecto, destacando la creación de la Cyberathlete Professional League (CPL). En el 2000, el videojuego Counter-Strike se hizo muy popular, fue reconocido por la CPL y el número de fans creció tanto que dicha organización pudo atraer a más patrocinadores y organizar mayores eventos. Para 2004, cinco videojuegos competían en la CPL –*Counter-Strike, Halo, Unreal Tournament, Call of Duty y Painkiller*– con un premio total de 250.000 dólares (Ólafsson, 2012: 3-4).

Sin embargo, fue en 2006 cuando llegó la era dorada de los eSports (Syrota, 2011), cuando la CPL desapareció y la industria se regeneró para llenar su vacío (Ólafsson, 2012: 4). Desde entonces, el ecosistema del videojuego electrónico y competitivo ha evolucionado sin descanso y ha crecido hasta conseguir, actualmente, una atención mundial que quedará detallada en el recorrido de este apartado.

Si bien sigue sobre la mesa el debate sobre clasificar o no a los eSports como un auténtico deporte, cada vez son más las voces que lo defienden como tal. Voces de renombre, como la del 23 veces medallista de los JJOO Michael Phelps, que afirma no tener duda alguna “sobre el nivel de habilidad, entrenamiento y devoción que requiere convertirse en un jugador profesional”, llegando incluso a calificar a los profesionales de los eSports como “compañeros atletas” (Garfat, 2016).

Sea como sea, los eSports han llegado para marcar una época en nuestra historia, siendo actualmente un fenómeno cultural con audiencias en ocasiones millonarias y llegando incluso a estar cerca de eclipsar a la NBA y la MBL (Flores, 2017). Para Michael G. Wagner, cabeza del Departamento de Medios Digitales en la Universidad de Drexel, ésta no es más que la “lógica e irreversible consecuencia de la transición de una sociedad industrial a la sociedad actual,

basada en la información y la comunicación". Este estudioso de los eSports también los califica como deporte y los define de una manera muy concreta: "Los eSports son un área de actividades deportivas en la cual las personas desarrollan y entrenan habilidades mentales y físicas en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación" (Wagner, 2006).

Para comprender mejor la magnitud del fenómeno, lo más sencillo es hacer un repaso a las cifras. La industria de los eSports, pese a ser relativamente joven, "ha crecido para incluir equipos profesionales, patrocinadores, psicólogos deportivos, salarios, campeonatos mundiales, promociones y lo más importante, espectadores" (Segal, 2014). En cuanto a estos últimos, en 2016 los eSports alcanzaron la cifra de 131 millones de entusiastas y 125 millones de espectadores ocasionales. Las cifras no han parado de crecer en los últimos años, y la empresa de estudios de mercado Newzoo ha llegado incluso a calcular un aumento a 180 millones de entusiastas en 2019. Además, según esta empresa, en 2016 las marcas hicieron una inversión de 325 millones de dólares en publicidad y esponsorización (Newzoo, 2016).

Otro estudio de mercado determina que, en este 2017, se prevén 194 millones de espectadores casuales y 191 millones frecuentes. En una línea más optimista que Newzoo, Unibet augura que para 2020 el número de espectadores será de 286 millones casuales y 303 millones frecuentes (Bishop, 2017).

La comparativa con finales del deporte convencional también arroja algunas luces sobre la capacidad de los deportes electrónicos. Según un artículo de la revista deportiva ESPN, en 2014 los eSports llegaron a superar en espectadores a los *Masters* de golf, que tuvieron 25 millones de espectadores en la televisión estadounidense. El protagonista de este récord histórico fue el videojuego League of Legends, que consiguió 27 millones de espectadores online. También el mayor evento del videojuego Dota 2, *The International*, consiguió ese mismo año un total de 20 millones de espectadores, según ESPN, quedando por encima de las finales de la NBA en básquet, con 15.5 millones, y las *World Series* en béisbol, con 13.8 millones de espectadores (Casselman, 2015). Aun así, y sin que dejen de ser éstas cifras muy remarcables, hay que tener en cuenta que el *streaming* no cuenta con las barreras geográficas de la televisión.

Más allá de las retransmisiones *online*, los torneos más importantes suelen llenar estadios. Es el caso de las finales de *League of Legends* en 2014, que llenaron el Seúl World Cup Stadium con aproximadamente 45.000 espectadores (Montero, 2015). “Que llenemos estadios muestra la pasión que sienten los jugadores por los esports”, decía Dustin Beck, el presidente de la League of Legends Championship Series (LCS). “Fans de todo el mundo se ponen en sintonía [...] de la misma manera en que fans del fútbol lo hacen para apoyar a sus equipos. Ese nivel de pasión y compromiso se traduce en una oportunidad para las marcas que están tratando de comunicarse con su audiencia” (Gaudiosi, 2014).

En ese sentido, es cierto que numerosas marcas *a priori* ajenas a la industria están acercándose a ella e invirtiendo de una manera u otra. A empresas como Intel y Nvidia, que pertenecen a la industria del *hardware*, se han sumado algunas de las mayores marcas a nivel mundial, como por ejemplo Google, Facebook, Red Bull, Coca Cola & Co., HTC y Adidas (Matamoros, 2016).

En España, destacan Mediapro, que se hizo con una participación mayoritaria de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) (Palazuelos, 2016); Orange, que se convirtió en ‘main sponsor’ de la SuperLiga Orange de *League of Legends* (Gamboa, 2016); Vodafone, con su patrocinio del club G2; El Corte Inglés, que participa en el patrocinio de La Copa junto con la LVP (León, 2016); y Movistar, que se ha sumergido de lleno: retransmisiones en Movistar Plus, un equipo propio de *Counter-Strike: Global Offensive* y una liga española del mismo patrocinada junto con la LVP (Shafi, 2017).

Algunos clubs de fútbol españoles, como el Valencia C.F., el Sevilla o el Zaragoza, también han organizado su entrada a los deportes electrónicos, en su mayoría en 2016. Incluso el jugador del Barcelona F.C., Gerard Piqué, está desarrollando a título personal un proyecto llamado ‘eFootballPro’. Pero no se trata únicamente de un fenómeno español, sino que a nivel internacional han invertido en eSports clubs deportivos como el PSG, el Manchester City, el Ajax o el Sporting de Lisboa (VandalSports, 2016). El equipo de CS:GO North, como ejemplo curioso, tiene actualmente su sede de entrenamiento en el campo del F.C. Copenhagen (Bektaş, 2017).

Contrariamente a lo que pueda parecer mirando la actualidad y las cifras, no todo el que quiera entrar en la industria tiene el camino labrado. El periodista Roland Li explica que “a pesar de los millones invertidos en equipos, torneos y *startups* en los últimos años, la industria de los eSports sigue teniendo una frontera” en la que “para la gran mayoría de la gente, el trabajo es incierto y la inestabilidad laboral es común”. Sin dejar de reconocer los méritos de la industria, Li se muestra precavido y se pregunta: “¿Es sostenible el crecimiento de la inversión y un precursor de una industria establecida con carreras estables, o es otra burbuja?” (Li, 2016: 91).

Aun así, las inversiones siguen aumentando cada semana, y la mayoría de profesionales del sector, como Tyler Peckham, siguen apostando sin miedo por este crecimiento. “La gente que está controlando los presupuestos en las empresas de primer nivel forma parte de la generación que aún no entiende los eSports”, afirma el fundador de AFK eSports Lounge (Li, 2016: 98).

2.2 Counter-Strike

La saga de videojuegos Counter-Strike se popularizó en 1999 gracias a la compañía de desarrollo de videojuegos Valve. Apareciendo como modificación del popular videojuego Half-Life, sobrepasó al que habían sido los primeros *fps* o *first person shooter* (juegos de disparos en primera persona) de la historia, Doom (1993) y Quake (1996). Al ir progresando desde la beta hasta su lanzamiento, refinó un modo de juego que luego influiría en la mayoría de juegos competitivos *fps* y que generaría una comunidad de fans que ha seguido el juego a lo largo de sus 17 años de evolución. En este tiempo, el juego ha pasado por distintas versiones, siendo las más conocidas Counter-Strike (2000), Counter-Strike: Source (2004) y la más actual, Counter-Strike: Global Offensive (2012) (Te, 2017).

Pese a que existen varios modos de juego, muchos de ellos desarrollados por la propia comunidad, el original se ha mantenido a lo largo de las diferentes versiones y es el que lo ha llevado a convertirse en eSport. Éste consiste en un enfrentamiento entre equipos de 5 personas cada uno. Cada equipo asume un rol, el de terrorista y el de anti-terrorista. Los terroristas deben plantar una bomba en lugares específicos del mapa o matar al equipo contrario al completo, mientras que la misión de los anti-terroristas es evitarlo, matar al equipo

terrorista o, una vez plantada la bomba, desactivarla. Así termina cada ronda, y el primer equipo en ganar 16 de ellas es el equipo ganador.

Como comenta Minh “Gooseman” Le, uno de sus creadores, al periodista Roland Li, cuando se creó “no se pensaba en los eSports, se pensaba en jugar con un puñado de desconocidos y en tener una experiencia que fuera divertida” (Li, 2016: 12). Hoy, los campeonatos de CS:GO se aglutan a lo largo del año, y nuevos eventos y ligas aparecen cada semana. “Es increíble ver cómo ha crecido todo, incluso desde 2013”, afirma Fifflarens, un analista sueco. “Recordad el primer *major*, Dreamhack Winter, cuando la final se jugaba en un pequeño cine, y ahora aquí estamos, ni siquiera es un *major* pero llenamos el Malmö Arena” (Engstrand, 2016).

Desde su popularización entre 1999 y el 2000, ha sido difícil que Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO) abandone el top 10 de popularidad. Según los últimos datos de la plataforma *gaming* Raptr, que muestran el *share* del videojuego entre ordenadores que usen esta aplicación, en 2015 se mantuvo entre el cuarto y el segundo puesto de videojuegos más jugados mundialmente, con cifras entre el 5,17% y el 7,39% de *share* (Linn, 2015).

Actualmente, según datos del servicio estadístico SteamSpy recogidos entre el 3 y el 17 de abril de 2017, la cifra mundial de personas con el juego comprado –que tiene un precio de 13.99 euros– es de 28,2 millones. Sin embargo, también conviene tener en cuenta el número de jugadores activos, que son para SteamSpy los jugadores que han jugado al juego en las últimas dos semanas. Durante el periodo analizado, hubo 8,904,175 jugadores activos en todo el mundo.

Para entender mejor la situación geográfica del CS:GO, la siguiente tabla (FIGURA 1) ofrece datos por país sobre el número de personas que poseen el juego, el tanto por ciento sobre el número de propietarios totales, el número de jugadores activos en las dos semanas de la muestra y el tanto por ciento de los mismos sobre el total, datos ofrecidos por SteamSpy. Además, para hacer una aproximación a la importancia cultural del CS:GO en estos países, se muestra el tanto por ciento de propietarios y de jugadores activos sobre la proyección exponencial de la población (a 1/1/2017 y basada estrictamente en los últimos censos o estimaciones oficiales).

País	Propietarios (%)	Propietarios (total)	Jugadores Activos (%)	Jugadores Activos (total)	Propietarios respecto a la población (%)	Jugadores Activos respecto a la población (%)
EEUU	15.07	4,256,943	10.21	909,116	1.31	0.28
Rusia	11.83	3,341,714	11.91	1,060,487	1.53	0.72
Alemania	6.03	1,703,342	5.3	471,921	2.06	0.57
Brasil	5.5	1,553,629	6.84	609,046	0.75	0.29
China	4.78	1,350,244	5.1	454,113	0.1	0.03
Polonia	4.64	1,310,698	6.44	573,429	3.41	1.49
Reino Unido	3.76	1,062,117	2.83	251,988	1.61	0.38
Francia	3.39	957,600	2.94	261,783	1.48	0.41
Canadá	3.39	957,600	2.61	232,399	2.63	0.64
Suecia	2.64	745,742	3	267,125	7.47	2.68
Australia	2.22	627,101	1.61	143,357	2.58	0.59
España	1.49	420,892	1.51	134,453	0.91	0.29
Dinamarca	1.29	364,396	1.48	131,782	6.33	2.29
Portugal	1.18	333,324	1.74	154,933	3.25	1.51
Noruega	1.14	322,025	1.07	95,275	6.12	1.81
Finlandia	0.97	274,003	1.08	96,165	4.98	1.75

FIGURA 1.- Datos sobre los jugadores de CS:GO por país* / Fuente: elaboración propia, mediante datos proporcionados por SteamSpy y Wikipedia.

Como muestra la tabla, la mayor parte de propietarios se encuentran en Estados Unidos (15.07%) y Rusia (11.83%), aunque entre ambos los jugadores más activos son los rusos (11.91%). Aun así, hay que tener en cuenta que son zonas con una abundante población. El videojuego es más popular o socialmente extendido en los países del norte de Europa, especialmente Suecia y Dinamarca, con un 2,68% y un 2,29% de jugadores activos respecto a la población total respectivamente.

* Tabla completa en ANEXO I, donde se añaden más datos y las explicaciones relativas a cada uno.

Quizá en parte por esta popularidad, Suecia y Dinamarca son también los países que han ganado una mayor cantidad de dinero en campeonatos de CS:GO. La base de datos colaborativa EsportsEarnings los coloca a la cabeza de este ranking y, en marzo de 2017, atribuye 4,76 millones de dólares en premios para los jugadores profesionales suecos y 3,73 millones para los daneses.

Por otro lado, como eSport es necesario también considerar las audiencias en los *streamings*, y si hablamos de *streamings* hay que hablar de Twitch. Esta plataforma de transmisión de vídeo en directo (*streaming*) se utiliza para la difusión de *gameplays* –vídeos donde se reproduce una partida grabada por un jugador– que van desde las partidas de jugadores amateurs hasta ligas y eventos profesionales de eSports. La plataforma “ha conseguido formar una gran comunidad en todo el mundo, alcanzando 1,7 millones de *streamers* y 100 millones de visitantes cada mes” (Deng, Tyson, Cuadrado & Uhlig, 2017).

Es en Twitch donde se retransmiten las mayores ligas y eventos del CS:GO profesional, siendo entre éstos @ESL_CSGO y @eLeagueTV los canales con más éxito. Ambos canales, pertenecientes a la Electronic Sports League (ESL) y a la eLeague (EL) respectivamente, están dedicados al *streaming* de los torneos, ligas y *majors* que llevan a cabo estas organizaciones. En cuanto a su flujo de visitas, según la herramienta de análisis *online* SocialBlade ambos canales suman un total de 129.277 visitas durante un seguimiento de 30 días, llevado a cabo entre el 23 de marzo y el 21 de abril de 2017.

Sin embargo, los canales profesionales y amateurs proliferan en Twitch, así que conviene también estar al tanto de la atención, en general, que recibe el CS:GO en esta plataforma. Según la herramienta de búsqueda y análisis online Statista, en 2016 fue el segundo juego más visto. Sumando las horas de visualización de espectadores en todo el mundo, se alcanzó la cifra de 523 millones de horas ese año, únicamente superada por el gigante de los videojuegos competitivos, League of Legends.

Últimamente, el CS:GO trata de hacerse un hueco incluso en televisión, tan históricamente difícil de conquistar para los eSports. Durante la primavera de 2016, la norteamericana TBS empezó a retransmitir en la televisión estadounidense la eLeague, que llegó a emitir un evento

con 1 millón de dólares de premio y consiguió, en la final del mismo, un modesto 0,15 de rating con 228,000 espectadores, según ShowBuzzDaily.

En España, Movistar Plus también ha querido sumarse, firmando un acuerdo con Electronic Sports League (ESL), creando un club profesional de deportes electrónicos y abriendo su programación a los eSports. La televisión de pago con mayor número de abonados en España, según la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (CNMC), ha llegado incluso a desarrollar un canal centrado únicamente en eSports. En este canal también aparecen competiciones de CS:GO, aunque en el caso de Movistar Plus los números de audiencia son privados.

2.3 Actores de la escena competitiva

Como se ha podido adivinar por el transcurso de los apartados anteriores, los eSports a día de hoy suponen un completo ecosistema en el que se pueden diferenciar varios componentes clave. Existen pocas entidades que hayan publicado sus interpretaciones respecto a la interrelación de estos actores, siendo el siguiente gráfico de Newzoo el más popular:

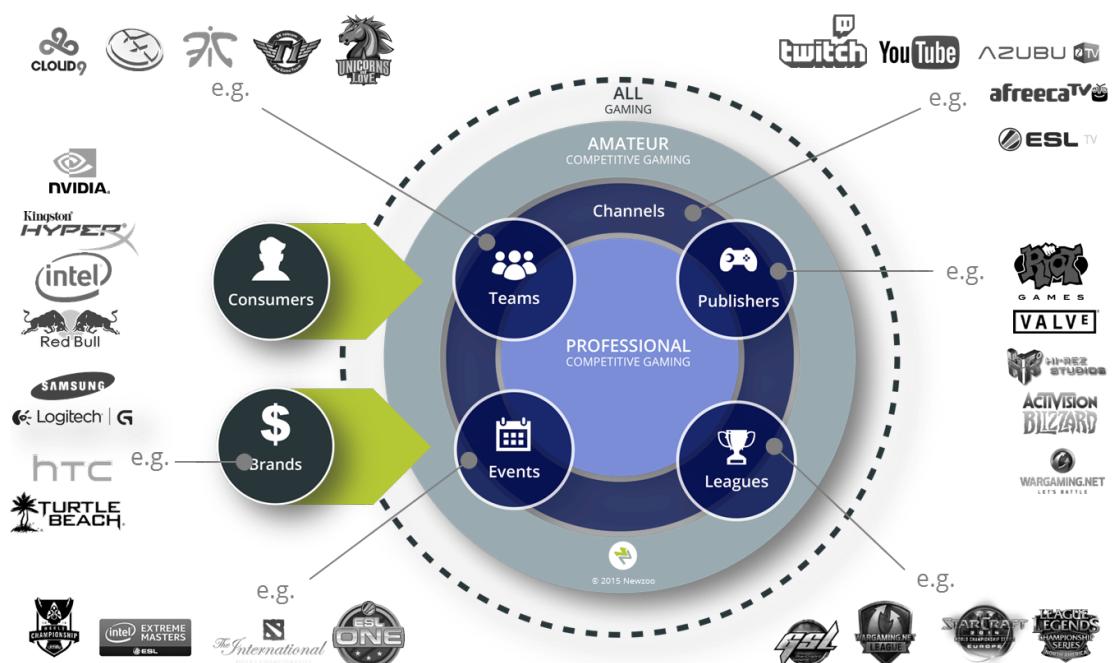


FIGURA 2.- La economía de los esports / Fuente: Newzoo

El modelo de Newzoo incorpora cinco componentes clave, destacados en azul oscuro: *Channels* (Canales), *Publishers* (Desarrolladores), *Leagues* (Ligas), *Events* (Eventos) y *Teams* (Equipos). Sin embargo, tal y como afirma esta entidad de estudios de mercado, “estos componentes no son mutuamente exclusivos, muchas compañías asumen más de un rol” (Newzoo, 2015). En los siguientes sub-apartados trataré de explicar la realidad que representan, vinculándola también con la realidad competitiva y profesional de *Counter-Strike: Global Offensive* y añadiendo algunos componentes que no tienen representación en el gráfico.

2.3.1 Desarrolladores

Hoy en día, las grandes compañías desarrolladoras en la industria de los esports son Riot Games, propietaria de *League of Legends*; Valve, propietaria de *Dota 2* y *Counter-Strike: Global Offensive*; y Blizzard, propietaria de *Overwatch*, *Hearthstone* y *Starcraft*. Pero, ¿qué supone ser el desarrollador de estos videojuegos?

Un desarrollador es el titular de la propiedad intelectual, por lo que puede hacer que la gente deje de jugar o retransmitir su juego si así lo desean. Esto da a los desarrolladores un nivel que no existe en el deporte tradicional. Al fin y al cabo, nadie posee el baloncesto. Si bien esta autoridad legal no es ilimitada, el desarrollador ciertamente tiene un papel único y poderoso en cualquier ecosistema de esports. (Blum, 2016)

Los equipos de esports, las ligas y los jugadores siempre serán, de una u otra manera, dependientes de las decisiones que tomen los propietarios del videojuego, la compañía desarrolladora. Sin embargo, los desarrolladores también necesitan a sus *stakeholders* y tienen el deber de hacer que el juego no pierda atractivo a lo largo del tiempo (Pennington, 2016). En esta simbiosis, existen modelos distintos. En un extremo se situaría Riot Games, que tiene una actitud controladora con su ecosistema competitivo, y en el otro encontraríamos a Valve, cuyo modelo *laissez-faire* deja que terceros se ocupen de llevar el espectáculo (Blum, 2016). Además, las interrelaciones entre los distintos actores no cambian únicamente según la compañía desarrolladora, sino que también dependen de cada videojuego.

En CS:GO, Valve tiene diferentes maneras de impulsar y atraer a cada actor. En un principio, dejó que fueran las distintas empresas organizadoras de eventos de esports las encargadas de los campeonatos. Sin embargo, desde 2013 patrocina algunos de ellos y ayuda a que dichas empresas puedan llegar al millón de dólares en premios (Liquipedia), consiguiendo así también un mayor interés por parte del público y un mayor reconocimiento para los jugadores (Guevarra, 2016).

También ofrece, desde 2014, el diseño de ‘pegatinas’ virtuales con la firma del jugador que participe en dichos campeonatos, una especie de autógrafos que cualquier aficionado puede comprar. Con estas compras los jugadores obtienen un tanto por ciento de los beneficios, lo que significa que Valve les ofrece una nueva vía de monetización de su éxito (Lingle, 2014).

Para seguir atrayendo a los jugadores *amateurs*, Valve trata de mantener una renovación constante del juego. Cada cierto tiempo, por ejemplo, lanza las llamadas ‘operaciones’, con las que el usuario obtiene nuevo contenido oficial y exclusivo a cambio de dinero. También ofrece al usuario un mercado de *skins*, que son diferentes diseños con los que el jugador puede decorar sus armas en el juego. Estableciendo rangos de exclusividad en estos diseños, Valve ha conseguido llamar al interés de coleccionista de los usuarios y el mercado de *skins* ha pasado a mover grandes sumas de dinero (Brustein, 2016).

Hay quien dice que los esports empezaron como herramienta de *marketing* para los desarrolladores de videojuegos, y que hoy en día aún lo son en gran parte (Pennington, 2016). Si es así, podemos afirmar que la estrategia ha sido todo un éxito. Aunque los datos no son públicos, se rumorea que en 2015 Valve obtuvo unos beneficios de 3.5 billones de dólares, y Riot Games 1.6 billones (Chang, 2017). Gabe Newell, el fundador de Valve, acumula actualmente una fortuna de 4.1 billones de dólares y figura en el número 47 de los mayores multimillonarios dedicados a la tecnología (Forbes, 2017).

2.3.2 Ligas y eventos

Las ligas y los eventos son distintos tipos de competición, cada uno con sus propias características pero muchas veces interrelacionados en la escena profesional de CS:GO. Las

ligas tienen una extensión más larga en el tiempo, se dividen en jornadas y son en su mayoría *online*, mientras que los eventos suelen ser breves y presenciales.

Cuando alguien juega al modo de juego más popular de CS:GO, *Matchmaking*, participa de manera automática en la clasificación de rangos que Valve ha establecido para el juego (FIGURA 3). El jugador empieza en el primer rango, *Silver I*, e irá subiendo de rango si su número de partidas ganadas supera a las perdidas. Así podrá llegar hasta el decimoctavo nivel, *Global Elite*.



FIGURA 3.- Rangos en Matchmaking. / Fuente: Valve

Aunque muchos llaman “liga” al *Matchmaking*, éste no tiene un fin o una extensión concreta en el tiempo, no se determinan ganadores y tampoco se ofrecen premios. Todo lo que ofrece, en definitiva, es un sistema de clasificación por rangos, por lo que no debe ser considerado una liga. Sí que ha sido, sin embargo, un precedente para plataformas ajenas a Valve, que a partir de una base parecida sí han definido un sistema de ligas *online*. Dichas plataformas nacieron con el auge de CS:GO, cuando vino la necesidad de algunos jugadores de competir con y contra un mayor nivel de habilidad que el que el encontrado en *Matchmaking*.

La diferencia principal entre este tipo de plataformas y la oficial de Valve son los servidores utilizados para la partida. Mientras que la plataforma oficial utiliza los servidores de Valve para desarrollar cualquier partida, estas plataformas utilizan sus propios servidores privados. Hoy en día, existen en este sentido dos grandes protagonistas: Faceit, fundada en 2011 y la más popular en Europa, y ESEA, fundada en 2003 y la preferida en América. Ambas plataformas, además de tener también su sistema de niveles, ofrecen una serie de ventajas sobre el *Matchmaking*, entre ellas varias ligas *online* distintas y premios. Sin embargo, quizá lo más

importante sea que suponen una vía para que los jugadores puedan darse a conocer. Además, Faceit cuenta con una liga profesional (Faceit Pro League), diferenciada de las ligas *amateurs* por su reputación y el nivel de habilidad que requiere participar en ella (Bibiou, 2017).

Estas ligas están principalmente dirigidas al usuario *amateur* o semiprofesional, pero también existen una gran cantidad de ligas profesionales, que son aquellas que ofrecen premios capaces de llamar la atención de los grandes equipos. Debido a las grandes sumas de dinero que esto implica, están organizadas por grandes compañías de esports y suelen contar con varios patrocinadores.

Los eventos profesionales, por su parte, también necesitan una explicación. La joya de la corona es el *Major Championship*, el más prestigioso de los eventos en este videojuego y el que determina cuál es el mejor equipo del mundo en ese momento. Valve colabora en el patrocinio, lo que permite a la empresa organizadora alcanzar premios de 1 millón de dólares y garantizar un gran despliegue de medios en su producción. Habitualmente, se celebran entre dos y tres *Majors* al año. Según la enciclopedia *online* Liquipedia, el primer *Major* se celebró en 2013, con 250,000 dólares de premio, y no sería hasta la primavera de 2016 que se alcanzaría el millón de dólares, cifra que se ha mantenido hasta la actualidad.

El *Minor Championship* es el clasificatorio para los *Majors*, aunque tienen su propio premio de 50,000 dólares, una cantidad invariable desde que se implantara este formato de clasificación en 2016. También están patrocinados por Valve y se desarrollan en cuatro regiones: Europa, CIS, Américas y Asia. A su vez, al *Minor* se accede mediante otros torneos clasificatorios, aunque los formatos de éstos no son estables y varían según el *Minor*.

El resto de eventos, donde Valve no es patrocinador, se dividen según el presupuesto de la entidad que los organiza. Existen eventos comparables en producción a los *Majors*, aunque los premios no han superado los 750,000 dólares, y eventos dirigidos a jugadores de menor nivel con premios que habitualmente oscilan entre los 100 y los 50,000 dólares. El prestigio que tiene cada uno suele acompañar a la cantidad de dinero que ofrezca su premio, aunque en algunas ocasiones también se define según los equipos que participan.

A veces, las ligas profesionales sirven como clasificatorios para grandes eventos. Otras, las características del evento hacen que éste no requiera de una liga previa. Sea como sea, las fechas señaladas en los esports tienen una arquitectura confusa y en ocasiones apelotonada, con múltiples competiciones en cortos períodos de tiempo. Para destacar esta realidad, la siguiente tabla (FIGURA 4) muestra los mayores eventos y ligas (de 75 mil dólares en premios o superiores) llevados a cabo en el último cuatrimestre de 2016:

Fecha	Liga / Evento	Entidad organizadora	Premios
1-4 Sept	Northern Arena Toronto 2016	Northern Arena	100,000\$
7-11 Sept	SL i-League StarSeries Season 2 Finals	StarLadder	300,000\$
16-18 Sept	DreamHack Zowie Open Bucharest 2016	DreamHack	100,000\$
22-25 Sept	eXTREMESLAND Asia Finals 2016	Electronic Sports World Cup (ESWC)	100,000\$
13-25 Sept	Gfinity CS:GO Invitational 2016	Gfinity	100,000\$
30 Sept-2 Oct	ESL One New York 2016	Electronic Sports League (ESL)	250,000\$
30 Sept-2 Oct	Adrenaline Cyber League Finals	Adrenaline Rush	100,000\$
6-9 Oct	World Championship 2016	E-Frag	100,000\$
6-9 Oct	WESG Europe & CIS Regional Finals	World Electronic Sports Games (WESG)	75,000\$
13-18 Oct	WCA World Contest Championship	World Cyber Arena (WCA)	119,000\$
17-23 Oct	EPICENTER: Moscow	Epicenter	490,000\$
21-23 Oct	WESG North & South Americas Regional Finals	World Electronic Sports Games (WESG)	75,000\$
27-30 Oct	ESWC 2016	Electronic Sports World Cup (ESWC)	75,000\$
26-30 Oct	ESL Pro League Season 4 Finals	Electronic Sports League (ESL)	600,000\$
10-13 Nov	Northern Arena 2016 - Montreal	Northern Arena	100,000\$
10-13 Nov	WESG Asia & Pacific Regional Finals	World Electronic Sports Games (WESG)	75,000\$
12-13 Nov	IBP Masters 2016	iBUYPOWER	100,000\$
16-20 Nov	IEM Oakland 2016	Intel Extreme Masters (IEM)	300,000\$
24-26 Nov	DreamHack Zowie Open Winter 2016	DreamHack	100,000\$
20-27 Nov	IGL 2016 - Grand Final	Indian Gaming League (IGL)	100,621\$

21 Nov-3 Dic	ELEAGUE Season 2	ELEAGUE (EL)	1,100,000\$
9-11 Dic	ECS Season 2 Finals	Esports Championships Series (ECS)	660,000\$
9-11 Dic	WCA 2016 Finals	World Cyber Arena (WCA)	195,500\$

FIGURA 4.- Grandes eventos del 2º cuatrimestre de 2016 / Fuente: Elaboración propia, mediante datos proporcionados por HLTv.org.

Como se observa en la tabla, en un período de cuatro meses hubo 14 eventos y 9 ligas profesionales con 75 mil dólares en premios o más. Algunos de los personajes de la escena profesional se han pronunciado respecto a esta saturación, como Noah Whinston, CEO del club Immortals, quien escribía en diciembre de 2016 que “el CSGO ha pasado el punto de saturación. Hay tantas ligas y torneos que los jugadores no tienen tiempo de jugar en todas sin dejar de atender sus obligaciones” (Whinston, 2016).

2.3.3 Equipos

Es habitual, tanto en *Matchmaking* como en ESEA y Faceit, que los jugadores amateurs jueguen sin un equipo predefinido. Las mismas plataformas son las que se encargan, en estos casos, de encontrar compañeros de equipo que también quieran jugar en ese momento. No obstante, tener un equipo predefinido suele venir acompañado de varias ventajas, todas ellas muy importantes en *Counter-Strike*: una mejor comunicación, la posibilidad de plantear y practicar estrategias antes de jugar, una mayor confianza en tus compañeros de equipo, la definición de roles y funciones en cada uno... Es por eso que existen muchos equipos *amateurs*, además de los semiprofesionales o profesionales.

Para aquellos que dedican tanto tiempo al videojuego como para tener un equipo, dedicarle horas de entreno conjuntas y practicar estrategias, la meta suele ser llegar a la escena profesional. La escena semiprofesional, cuyos jugadores tratan de abrirse paso en ese sentido, es enorme y “contiene a muchos equipos que tratan de no rendirse en un camino largo, exigente y para algunos demasiado desafiante”. Sin embargo, llegar a la “primera división” de ESEA o de Faceit es para ellos una oportunidad para llamar la atención y terminar firmando contrato con una organización profesional (Izquierdo, 2017).

Aunque la densidad de la escena semiprofesional supone normalmente un obstáculo para los jugadores que tratan de abrirse paso, tiene sus ventajas. Es positivo para el CS:GO seguir llamando la atención y tener una afición en constante crecimiento, y esa demanda se ve reflejada, cuando se filtra información, en los contratos de los jugadores profesionales (Izquierdo, 2017). Según el periodista de esports Richard Lewis, reconocido por sus trabajos de investigación periodística en esta industria, actualmente los equipos de mayor nivel están pagando entre 7,000 y 10,000 dólares al mes a cada uno de sus jugadores, una cifra que cree correcta mientras el mercado se mantenga. Subiendo en la escala, afirma que actualmente los jugadores del equipo mejor pagado del mundo están cobrando 17,000 dólares al mes (Lewis, 2017). A estos salarios, además, aún habría que sumar otras ganancias, como las obtenidas en las victorias de los campeonatos, mediante la venta de autógrafos virtuales y a través de sus *streamings*.

No hay un número exacto de equipos profesionales de CS:GO. El *ranking* de ESEA, por ejemplo, muestra en su lista a 38 equipos de todo el mundo, mientras que otros, como el de HLTV.org, se quedan en 30. Para determinar quiénes son los mejores equipos, normalmente se tiene en cuenta el número de competiciones ganadas y la relevancia de las mismas. En la actualidad y según ambas clasificaciones, el mejor equipo del mundo es el danés Astralis, el segundo es el estadounidense FaZe Clan y el tercero es el equipo brasileño, SK Gaming.

2.3.4 Canales

En este grupo se diferencian claramente dos niveles. En primer lugar, las plataformas, que son todas aquellos lugares en internet que almacenan contenidos y donde el usuario puede ver partidos competitivos de algún videojuego, entrevistas, análisis, contenido amateur y todo aquello relacionado con su deporte favorito. Serían el equivalente, en cierta manera, a la televisión en deporte tradicional, aunque en los esports los canales tienen un papel mucho mayor.

Aunque la plataforma más conocida probablemente sea YouTube, Twitch le disputa el primer puesto en los rankings del sector. Por ejemplo, según los análisis de Statista, Twitch fue en 2015 la plataforma de material audiovisual que más ingresos obtuvo por su contenido

relacionado con los videojuegos (43% de los ingresos), mientras que YouTube se quedó en segunda posición (36%). En cambio, la que obtuvo un mayor alcance de espectadores en este mismo contenido fue YouTube (73%), aventajando así a Twitch (53%) en este sentido.

Sea como sea, en ambos casos queda claro que YouTube y Twitch son las plataformas predominantes por lo que respecta al contenido audiovisual de videojuegos, relegando al resto a un papel secundario que presenta valores mucho menores.

En un segundo nivel encontramos a aquellos que hacen uso de estos canales, los creadores de contenido. Entre ellos se diferencian varios tipos:

1. **Organizadores de torneos:** suelen crear sus canales propios en Twitch y YouTube para retransmitir *online* las ligas y eventos que organizan. Aunque también generan otros contenidos, como entrevistas y análisis, lo que reúne a una mayor cantidad de espectadores son los partidos de sus competiciones.
2. **Jugadores profesionales:** generan su propia marca mediante estos canales. Muchos de ellos, además de competir profesionalmente, tienen su propio canal en Twitch o YouTube, donde suelen retransmitir partidos informales que juegan como entrenamiento o por placer.
3. **Analistas y periodistas:** dejando a un lado sus contratos con organizaciones profesionales, hay unos pocos analistas y periodistas que tienen su propio canal, normalmente en YouTube, donde comparten sus conocimientos y reflexiones sobre eSports a título personal.
4. **Jugadores amateurs:** como son muchos, éste es el tipo de contenido más abundante y prolífica en todo tipo de plataformas. En este grupo se encuentran contenidos de todo tipo relacionados con los eSports, como tutoriales, partidos convencionales, comentarios y reflexiones, reseñas de nuevas características en el juego... Aunque se trate de jugadores amateurs, también existe entre ellos cierto grado de profesionalización como creadores de contenido, siendo unos pocos capaces de labrarse pequeñas fortunas.

Como se detalla en el punto 2.2 de este marco teórico, en CS:GO los mayores canales pertenecientes a organizaciones profesionales son el de la Electronic Sports League (ESL) y el de la eLeague (EL), ambos en Twitch con 1,900,000 y 800,000 seguidores respectivamente.

Entre los jugadores profesionales, en este videojuego actualmente destacan jugadores como Mike “shroud” Grzesiek, con más de 900.000 seguidores en Twitch, Jarosław “pasha” Jarząbkowski, con más de 800.000 y Adil “ScreaM” Benrlitom y Spencer “Hiko” Martin, ambos acercándose a los 500.000. Como observamos, existen unos pocos jugadores profesionales que han sido capaces de superar, por sí mismos, el seguimiento de las grandes organizaciones de los esports.

Aunque no son los únicos. Hay jugadores amateurs de CS:GO que han sido capaces de superarlos a todos, llevando sus canales de una manera completamente profesional. Es el caso de Jaryd “summit1g” Lazar, que ha alcanzado los 2 millones de seguidores en Twitch. Gracias a estos datos, observamos que la profesionalidad como jugador es distinta a la profesionalidad como *streamer*, y que una no tiene por qué ser mejor que la otra a la hora de conseguir un mayor número de seguidores.

Los analistas y periodistas de CS:GO, aunque suelen tener un contenido extremadamente profesional, son pocos y no tienden de manera clara hacia una u otra plataforma. Duncan “Thorin” Shields, que se denomina a sí mismo “El historiador de los eSports”, acumula en su canal de YouTube (@Thooorin) horas y horas de contenido, en su mayoría análisis de eSports, y tiene poco más de 200,000 suscriptores (equivalentes a los “seguidores” en Twitch) pese a ser el más famoso en este grupo por lo que respecta a CS:GO.

Para finalizar con este apartado, cabe mencionar que esta clasificación no abarca todas las posibilidades, si bien las que se quedan fuera no tienen aún una gran relevancia. Aunque los grupos mencionados son los principales creadores de contenido, la industria sigue creciendo y cubriendo necesidades. Por ejemplo, la empresa Boomeo ha protagonizado recientemente la profesionalización de los videotutoriales en CS:GO, aunque aún está por ver si el proyecto sale adelante (Lieberman, 2017).

2.3.4 Otras entidades

Gracias a la creciente popularidad y profesionalización de CS:GO, en los últimos tiempos han nacido nuevas entidades para cubrir las necesidades de la industria. Por ejemplo, la ESL fundó en 2016 la World Esports Association (WESA), una organización “abierta e inclusiva” cuya función pasa por “supervisar las regulaciones de los torneos y la representación de los jugadores, así como el reparto de los ingresos en los equipos” (Blum, 2016).

También velando por la integridad de los esports, aunque centrada en otro ámbito, nació en 2016 la Esports Integrity Coalition (ESIC). Esta organización, según su propia página web, trata de “tomar responsabilidad mediante la prevención, investigación y enjuiciamiento de todas las formas de engaño” en los esports.

Otra entidad que está sentando precedentes es el pionero despacho jurídico ESG Law, fundado en 2017, que se dedica únicamente a cuestiones legales relacionadas con los esports. Bryce Blum, su fundador, afirma que la meta es “continuar creando soluciones legales para un conjunto de desafíos en constante evolución en todo el espacio de los esports”.

3. Valve como caso particular de comunicación corporativa

Si bien “comunicación corporativa” es un concepto comúnmente utilizado para referirse a la comunicación de carácter institucional de una empresa u organización, “tiene una significación mucho más amplia y profunda”. Tal y como afirma el doctor Capriotti, la comunicación corporativa es “la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus Públicos”. Y estos recursos no son pocos, partiendo de la base de que “todo comunica” (Capriotti, 1999: 1-2).

En las compañías de desarrollo de videojuegos es especialmente importante una comunicación bidireccional, puesto que el producto, para ser bueno, debe ir respondiendo y adaptándose a las demandas de la comunidad, lo que exige una buena comunicación a varios niveles (Walker, 2014).

Para comprender la poca información existente sobre la comunicación interna de Valve respecto a CSGO, la que mantiene con sus empleados, debemos comprender, al menos a grandes rasgos, su modelo de gestión general. Auguste “Semmler” Massonat, comentarista de CSGO con una larga trayectoria, define muy bien este modelo: “haced un ejercicio de imaginación y pensad en Valve como un único piso”, aunque no sea así, “donde se distribuyen los proyectos que se están llevando a cabo en ese momento”. En esa planta, cada trabajador tendría su propio escritorio con ruedas, dice Massonat, equivalente a su valor y conocimientos, el cual puede ir trasladando al proyecto que más le interese o donde crea que él o ella, como profesional, puede aportar algo (Massonat 2016).

En la web oficial de la compañía, se puede leer un título destacada en rojo que corrobora a Massonat: “No hemos tenido ningún jefe desde 1996”. Y el propio Gabe Newell, propietario de la empresa, afirma que “todo el mundo trabaja en lo que le gusta más” y que él, aunque no le crean, nunca vigila a los trabajadores. “La información no fluye hacia mí, si quiero alguna información, voy a buscarla”, añade Newell. Se trata, en definitiva, de un modelo de trabajo muy inusual, por lo que Valve trata de acompañar la adaptación de los recién llegados (Valve News Network, 2017). Con esto concluye toda la información encontrada sobre el modelo comunicativo de Valve con sus trabajadores, por lo que podemos intuir que no destaca por su transparencia con la comunidad.

En su comunicación externa, y por lo que respecta a la comunidad en general, Valve defiende que la mejor opción y la que genera un menor descontento a largo plazo es, ante las demandas de la comunidad, no responder verbalmente sino actuar. Para la desarrolladora, la comunicación verbal con la comunidad debe dejarse únicamente para aquellas situaciones que no se van a resolver mediante acciones (Walker, 2014). Sin embargo, debido a las numerosas quejas que recibe el videojuego en algunos aspectos y que llevan años sin ser resueltas, se puede percibir el descontento en la comunidad con los desarrolladores y con este modelo de comunicación externa institucional.

Según Duncan “Thorin” Shields, reconocido analista e historiador de CS:GO, la comunicación directa con la escena profesional (equipos, organizaciones...) no es mucho más abundante.

“Conozco a un gran número de personalidades de la escena que probablemente pensaréis que se comunican con Valve, y en realidad no lo hacen” (Shields, 2016).

Según las afirmaciones de Shields, las vías de comunicación directa de Valve con la escena profesional se dividen en dos. Por un lado, los medios *online*, donde los desarrolladores se comunican, de vez en cuando, mediante correo electrónico o mediante el chat de la plataforma Steam. Por otro lado, el analista también nombra la aparición cara a cara de los desarrolladores en los *Major*, donde, tal y como afirma, “se paran a hablar con algunas de las personas de mayor caché”. Sin embargo, no considera esta “toma de contacto” efectiva de cara a resolver los problemas del juego u otras cuestiones importantes (Shields, 2016).

En cuanto a las vías de comunicación directa con la comunidad, dejando a un lado redes sociales, de vez en cuando Valve utiliza un foro de alcance internacional, Reddit, el cual tiene su propio subforo de Counter-Strike. Allí, los desarrolladores son los que hablan, cuando quieren y como quieren, directamente con la comunidad, puesto que tampoco existe en Valve la figura del *community manager*. “Pensamos que quien vaya a mejorar el juego debe ser quien defienda esos cambios ante la comunidad”, afirma Erik Johnson, uno de los trabajadores de Valve, “y eso se aplica a todo” (Valve News Network, 2017).

Sin embargo, parece que no tener un intermediario tiene sus consecuencias. Sobre este tipo de comunicaciones, Shields apunta que “uno de los mayores problemas que tienen es que hablan como desarrolladores a personas no habituadas a ese lenguaje” y que el desarrollador no tiene en cuenta que el lector no tiene por qué saber el “contexto y la filosofía” detrás de esas declaraciones (Shields, 2016). Otro inconveniente, definido esta vez por Massonat, es que “son extremadamente cuidadosos con la comunidad, intentan tener el mayor margen de maniobra posible” (Massonat, 2016). Todo esto supone “un vacío en el cual la gente proyecta e inserta sus propias especulaciones sobre lo que Valve piensa” (Shields, 2016).

En definitiva, Shields argumenta que “comunicarse con Valve ha sido algunas veces imposible, misterioso por naturaleza, y podríamos caracterizarlo como bastante ineficaz e inconsistente”. Desde su experiencia, afirma que la comunicación con la escena profesional y con la comunidad ha sido escasa. Asimismo, lamenta que no exista una vía oficial, consistente e

inclusiva con la comunidad, o incluso que no se haya designado a una persona que lidere y dirija la comunicación corporativa (Shields, 2016).

En definitiva, la comunicación en Valve se rige por unas directrices iniciales (Walker, 2014), pero sólo una parte de ella está planificada, como es el caso de los vídeos publicados en sus canales de YouTube. La otra parte, parece depender personalmente de los involucrados en cada proyecto de la compañía y no tener un rumbo fijo, lo que convierte a la empresa en un caso insólito. Para comprender su papel en la escena competitiva de CSGO, habremos de comprender su particular funcionamiento.

II. METODOLOGÍA

1. Objeto de estudio

El objeto de estudio son las distintas comunicaciones relacionadas con el problema del *cheating* en CSGO. Tanto las de los distintos actores de la escena profesional (Valve, los equipos profesionales y los eventos y ligas profesionales) como las del público en general, que tiene a la vez el papel de emisor y receptor. No sólo las comunicaciones que el público recibe generan una serie de percepciones sobre los diferentes actores, sino que además, en respuesta, éstos son una grandísima fuente de generación de contenido.

No se pretende determinar, en ningún caso, si el *cheating* es ficción o realidad en la escena profesional actual. Simplemente, se subrayan las especulaciones existentes entre el público como un problema que, en mayor o menor medida, está afectando al juego, a la escena profesional y a toda la comunidad.

2. Objetivos

Los objetivos de este estudio han sido planteados como preguntas a resolver:

- ¿Cómo las empresas que son máximas responsables de la escena competitiva de Counter Strike: Global Offensive gestionan su comunicación formal externa frente a las acusaciones de *cheating*?

Para resolver esta cuestión, haré una comparativa entre las informaciones publicadas por estas empresas y relacionadas con el cheating, así como sus silencios, con las acusaciones de *cheating* más relevantes en la comunidad. Así, comparando fechas y analizando la información publicada, estableceré la manera en que se gestiona la comunicación formal externa.

- ¿Cómo construyen la realidad y marcan la *agenda setting* estas empresas?

Es fundamental, para tratar de contestar esta pregunta, el análisis del impacto de la gestión comunicativa de las empresas. Para ello, una muestra representativa de los

jugadores de CSGO a nivel español serán sometidos a una encuesta, donde se incluyen varias preguntas que tratan de medir ese impacto. Además, para tratar de hacer un análisis más completo, se medirá el impacto que tiene el tema en los mayores foros internacionales dedicados a Counter-Strike.

- ¿Qué relación se percibe entre la actuación comunicativa de estas empresas y el comportamiento de los usuarios respecto al *Counter Strike: Global Offensive*?

Para ir un paso más allá de la *agenda setting*, pretendo completar el análisis y estudiar, mediante la encuesta ya mencionada, cómo afecta al videojuego el problema del *cheating* y la comunicación formal externa de las empresas. No será posible determinar una respuesta a nivel internacional, puesto que para ello la encuesta debería contar con una capacidad de difusión de la que no dispongo, pero sí es posible obtener resultados a nivel español.

3. Herramientas y procedimientos

3.1 Recolección y gestión de datos

Para estudiar la comunicación externa de los diferentes actores de la escena competitiva en cuestiones relacionadas con el cheating, es necesaria una abundante recopilación datos. Son de especial interés todas las comunicaciones, sea cual sea el formato y el medio, que hayan emitido estos actores a lo largo del tiempo en los distintos casos de *cheating*. Para que el estudio de estos datos tenga buenos resultados, es primordial una buena gestión y clasificación de los mismos.

Habiendo aclarado el procedimiento, cabe decir que para ello se han utilizado conocimientos propios sobre el funcionamiento de los foros, donde la comunidad aficionada a Counter-Strike registra, como dejando caer sus particulares migas de pan, los grandes eventos que han llamado su atención. En especial, se han utilizado las informaciones del foro de HLTV.org y del subforo de Reddit r/GlobalOffensive, dos de los principales puntos de encuentro a nivel internacional para los aficionados de CSGO.

3.2 Encuesta

La encuesta fue realizada de manera *online* mediante la página web Murvey.com, que ofrece las herramientas para la gestión y realización de encuestas *online* de manera gratuita. Según los datos ofrecidos por SteamSpy, el número de jugadores activos en España durante el período de realización de la encuesta, entre el 1 y el 31 de mayo, rondó los 148,000 jugadores. Éste fue el valor utilizado como tamaño de la población de la encuesta. Si bien existe una porción de personas que, sin ser jugadores activos de CSGO, siguen la actualidad de la escena profesional, una parte de la encuesta pretende valorar los efectos que tiene el problema del *cheating* sobre la percepción del juego, por lo que los jugadores activos suponen un sector más interesante.

La Universidad Nacional del Nordeste (Argentina) ofrece una herramienta online que facilita el cálculo del tamaño de la muestra recomendado, es decir, el número de respuestas necesarias, según diferentes variables. Concretamente, tiene en cuenta el porcentaje de error, que supone el “margen de error que va a tener el resultado”, y recomienda el más común, un 5%. También valora el nivel de confianza, que es “el monto de incertidumbre” que el encuestador está dispuesto a tolerar, y recomienda de nuevo las elecciones más habituales: 90%, 95% o 99%. Teniendo en cuenta ambas variables, la herramienta ofrece un número adecuado de respuestas a partir del tamaño de la población que se introduzca.

Por lo tanto, según esta calculadora, el número óptimo para obtener una muestra representativa respecto a los 148,000 jugadores activos, con un 90% de nivel de confianza y un 5% de error, son 271 personas. Las encuesta realizada en Murvey obtuvo 260 respuestas, las cuales se reducen a 241 si contamos únicamente a los jugadores activos con residencia habitual en España. Con esas 241 respuestas como muestra, el margen de error se mantiene en el 5% y el nivel de confianza desciende ligeramente, quedándose en un 87.9%.

Para llegar a tal número de respuestas, la encuesta fue publicada en dos de los mayores foros españoles (Forocoches y Mediavida), y complementariamente promocionada en Facebook, en Instagram y en la plataforma de videojuegos Steam. Además, para incentivar la participación, en Mediavida se sorteó entre los participantes un colecciónable de CSGO con un valor de 9€

según el Mercado de la Comunidad de Steam. De esta manera, éste es el número de respuestas obtenidas según cada una de estas vías:

Vías de promoción	Respuestas totales	Respuestas valoradas
Mediavida (foro)	155	151
Forocoches (foro)	61	57
Facebook, Instagram y Steam	44	33
Total	260	241

FIGURA 5.- Resultados cuantitativos de la encuesta / Fuente: Elaboración propia, mediante datos proporcionados por Murvey.

Para la redacción de la encuesta he contado con la ayuda de Pilar Millán, técnica del Observatorio de Vulnerabilidad de Cruz Roja, que ofreció una serie de consejos genéricos para la correcta preparación y redacción de la misma.

Además, para comprobar el correcto funcionamiento y redacción de la encuesta, en los días 28, 29 y 30 de abril se llevó a cabo una prueba de la misma. Durante tres días, 10 personas contestaron una versión preliminar de la encuesta y me informaron de su experiencia. Después de valorar sus aportaciones y de hacer algunas correcciones en la redacción de la misma, la encuesta estuvo lista (ANEXO II).

IV. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

1. Presentación de la investigación

La investigación se divide en dos partes, la comparativa cronológica de un listado de comunicaciones relativas al cheating y los resultados de la encuesta a los jugadores activos españoles de Counter-Strike:Global Offensive.

1.1 Relación cronológica de comunicaciones respecto al ‘cheating’

En este apartado se encuentra el resultado esquemático y cronológico de distintas formas de comunicación que han tenido las empresas del sector respecto al problema del *cheating* en CSGO. Debido a la extensa proliferación de datos en este sentido, he escogido 5 de los casos de cheating que han recibido una mayor atención mediática, relativos a los jugadores profesionales “JW”, “KQLY”, “SF”, “flusha” y “subroza”.

1.1.1 El caso “JW”

El caso de Jesper "jw" Wecksell, en 2012, fue el primer gran caso de *cheating* en CSGO.

Comunicaciones corporativas y de la escena profesional			
Medio	Autor	Observaciones y declaraciones destacadas	Fecha
HLTV (foro)	Wiktor "TaZ" Wojtas, Jarosław "pasha" Jarząbkowski, Filip "NEO" Kubski	Según el jugador profesional Joey "fxy0" Schlosser, los jugadores Wojtas, Jarząbkowski y Kubski publicaron en HLTV, después de su partido con Wecksell, que éste “estaba obviamente haciendo trampas”.	Desconocido
HLTV (artículo)	“MIRAA” (Redactor de la web)	Titular: “WRTT fuera, ESC se enfrentará a NiP en THOR” Destacado: “Algunos de los que estaban siguiendo el streaming de Wecksell pidieron al jugador sueco que buscara archivos específicos en su ordenador para comprobar si tenía instalado algún programa de <i>cheating</i> . Cuando tecleó	18 nov. 2012

		'organner', salió un resultado, y con él lo que parecía ser una confirmación de pedido de software para hacer trampas."	
HLTV (artículo)	"MIRAA" (Redactor de la web)	Titular: "La reacción de WRTT a la descalificación en THOR" Destacado: "En esta declaración, emitida por Joel 'emilio' Mako a HLTV.org en nombre de WRTT, el equipo sueco acusa NiP y ESC Gaming de obtener un trato preferencial de los administradores del torneo y destacar que el archivo .txt abierto por Wecksell no era más que 'una broma'".	19 nov. 2012
Desconocido (Recogido por HLTV)	Organizació n THOR Open	Carta abierta de la organización: "Teníamos en mente que este archivo de texto podría haber sido parte de una broma, y no estamos diciendo que hicieran trampas. Lo que estamos diciendo es que el .txt y el ocultamiento del VOD resultaron en una pérdida de confianza demasiado grande como para dejarles participar."	19 nov. 2012
Hilos destacados de la comunidad			
Foro	Respuestas	Título	Fecha
HLTV	535	MysaN/JW/JesperW cheat vs ESC @ CS:GO	18 nov. 2012
HLTV	48	jW cheat?	18 nov. 2012
Comunicaciones posteriores			
Medio	Autor	Destacado	Fecha
Twitch (vídeo resubido en YouTube)	Jarosław "pasha"Jarz ąbkowski	A un compañero mientras hacía streaming en Twitch: "Estoy 100% seguro de que hacían trampas, porque su compañero de equipo nos lo dijo borracho en una fiesta".	oct. 2014
YouTube	Jesper "jw" Wecksell entrevistado por Duncan "Thorin" Shields	Título: "Reflections' with jw" Temática: En la entrevista no se habla únicamente del recorrido de "jw" como jugador profesional y los desafíos que han supuesto otros equipos, si no que se añaden las acusaciones de cheating y varias preguntas relacionadas con esa situación y ese contexto.	19 dic. 2014
FIGURA 6.- Relación de comunicaciones relativas al caso "JW". / Fuente: Elaboración propia.			

1.1.2 Los casos "KQLY" y "SF"

Los casos de los jugadores Hovik "KQLY" Tovmassian y Gordon "Sf" Giry fueron un poco distintos. Aquí no había una situación previa de especulación sobre los jugadores, sino que éstos recibieron sin previo aviso un "VAC ban", que es como se denomina al sistema anti-trampas de Valve, quedando así incapacitados para jugar a CSGO con sus cuentas.

Comunicaciones corporativas y de la escena profesional			
Medio	Autor	Observaciones	Fecha
Twitter	Titan	Anuncio corporativo: "Actualmente estamos investigando el ban de VAC a @Titan_KQLY, mientras estaba entrando en nuestro servidor de juego habitual en la casa de entrenamiento"	20 nov. 2014
Facebook	Titan	Anuncio corporativo: "[...] Lamentamos informaros de que hemos sido forzados a suspender temporalmente a Hovik 'KQLY' Tovmassian de nuestro equipo de CSGO [...]"	20 nov. 2014
Twitch (resubido a YouTube)	Adil "ScreaM" Benrlitom (jugador de Epsilon)	Mientras hacía streaming en Twitch: "[...] KQLY ha sido baneado por VAC? En serio? [...] Si es cierto, estoy muy sorprendido [...] Es él! Qué cojones...? Sí, está baneado [...] Todos mis amigos decían que estaba haciendo trampas y yo les decía que no. Qué cojones...? Me quitó el sitio en Titan, que le den[...]"	20 nov. 2014
Twitter	Richard "Xyzt" Landström (jugador de NiP)	Tweet: "Quién es el siguiente? Ha caído uno... muchos lo van a seguir :)"	20 nov. 2014
Facebook	Hovik "KQLY" Tovmassian (jugador de Titan)	Anuncio a título personal: "Como visteis ayer, he sido baneado por VAC, y desgraciadamente fue merecido. Quería decir a la gente que me ha apoyado que lo siento mucho, sé que con esta mierda mi carrera se ha acabado y que mi equipo se encuentra en una muy mala situación. No se merecían esto [...]"	21 nov. 2014
Titan.pro (web corporativa)	Titan	Anuncio corporativo: "Durante la investigación de la organización, KQLY confesó haber usado un programa de terceros. [...] Considerando la información que tenemos a nuestra disposición, ya no es posible para Titan mantener la confianza en nuestro jugador. Hemos tomado la decisión de despedir a Hovik 'KQLY' Tovmassian inmediatamente [...]"	21 nov. 2014

DreamHack. se (web corporativa)	DreamHack	Anuncio corporativo: "Clasificatorio de última hora para la DreamHack Winter 2014 este sábado [...] Hoy la comunidad de CSGO ha sabido que un jugador de Titan y un jugador de Epsilon han sido baneados por VAC. Ha sido confirmado y, como resultado, las plazas de Epsilon y Titan en el torneo han sido revocadas [...]"	21 nov. 2014
ESEA (foro)	Eric "Ipkane" Thunberg (co-fundador de ESEA)	Como portavoz de ESEA: "Hemos estado trabajando con Valve y hemos compartido con ellos nuestra técnica [para detectar cheats] para que más jugadores profesionales sean baneados. Los resultados están saliendo con los bans de VAC de esta noche, pronto vendrán más".	21 nov. 2014
Millenium (entrevista)	"Laemey" (redactora de Millenium)	Entrevista a Joey "fxy0" Schlosser, jugador de Epsilon: "[...] Cuando GMX y yo vimos las noticias sobre el VAC ban de KQLY, no fue una sorpresa para mí. Yo sabía que él había estado haciendo trampas al menos durante dos años, y algunos otros jugadores también tenían sospechas sobre ello [...]"	24 nov. 2014
Twitch	Adil "ScreaM" Benrlitom	Mientras hacía streaming en Twitch: "Sí, yo estaba haciendo streaming y todo el mundo en mi chat decía que 'KQLY' había sido baneado. [...] Y entonces lo vi en el hilo, en el foro. Miré en su cuenta de Steam, porque lo tengo en amigos, y vi que era verdad. Me sorprendí. Estaba feliz, siempre es bueno que baneen a un trámposo, pero también enfadado, porque 'QKLY' me reemplazó en Titan [...] También estuve hablando con 'SF' 20 minutos antes de su ban. [...] Y me dijo: nos vemos mañana en el avión, si no me banean. Era una broma, me reí [...] No pudimos ir a la DreamHack por él".	24 nov. 2014
Twitch	Robin "Fifflaren" Johansson, Scott "SirScoots" Smith, Duncan "Thorin" Shields (DreamHack)	"Queremos destacar que tenemos a dos personas baneadas, eso es todo, ahora tenemos un mayor, podemos hablar de eso luego pero puedo aseguraros que Valve y DreamHack han hecho todo lo que podían para mantener este evento libre de cheats." "Hace tiempo [en versiones anteriores de Counter-Strike], estaba claro lo que podías decir, lo que no podías decir, lo que mi equipo podía hacer y lo que no en sus ordenadores... Y parece que todo el mundo se ha relajado mucho, pensando que nadie usa cheats, pero ahora, sabiendo que hay cheats indetectables en LAN [...] es un toque de atención para toda la comunidad." Shields: "No sólo el cheater, todo el mundo es una víctima en la escena: el espectador que miraba el partido y pensaba que era legítimo, los compañeros [del cheater] si no lo sabían [...] Creo que esto es un despertar para todo el mundo y hay diferentes grados de responsabilidad. [...] Todo el mundo debe vigilar ahora."	27 nov. 2014

Hilos destacados de la comunidad

Foro	Respuestas	Título	Fecha
Reddit	2840	KQLY vac-banned	20 nov. 2014
HLTV	233	KQLY VAC BAN CONFIRMED	20 nov. 2014
Reddit	1606	SF (epsilon eSports) also VAC banned now	20 nov. 2014
Reddit	543	Welcome visitors from /r/all - Here's what you need to know about CS:GO and the recent cheating scandal	20 nov. 2014

FIGURA 7.- Relación de comunicaciones relativas a los casos “KQLY” y “SF” / Fuente: Elaboración propia.

1.1.3 El caso “Flusha”

El caso de Robin “flusha” Rönnquist es el gran caso de ‘cheating’ en CSGO y, desde entonces, no ha vuelto a haber uno con tanta repercusión mediática en la escena profesional.

Comunicaciones corporativas y de la escena profesional			
Medio	Autor	Observaciones	Fecha
Twitter	Faruk "pita" Pita (entrenador de NiP)	Tweet: “Es una maldita desgracia para la comunidad y cualquier jugador que trabaje duro si @csgo_dev permite a ‘flusha’ jugar en la DreamHack. Es todo lo obvio que puede ser” Este tweet fue eliminado el mismo día de su publicación.	23 nov. 2014
Twitter	Jonatan "Devilwalk" Lundberg (entrenador de Fnatic)	Tweet, en respuesta a Pita: “@farukpita @csgo_dev Cuando entiendas lo equivocado que estás, te avergonzarás por juzgar erróneamente a un jugador basándote en la caza de brujas que se le ha hecho.”	23 nov. 2014
Vimeo	Richard "shox" Papillon	Extraído de la conversación de Papillon con unos compañeros:	26 nov. 2014

		Papillon: "Ya no me gusta [Rönnquist]. Es un idiota. [...] Ni siquera le voy a estrechar la mano. [...] Su puntería no es natural. Coge tu ratón, trata de hacer el mismo movimiento, y verás que no, que no puede hacerse, no es puntería natural."	
Twitter	Kirill "ANGE1" Karasiow (jugador de HellRaisers)	Tweet: "Me apuesto la carrera en CSGO de @HRs1mple [su compañero de equipo en ese momento] a que flusha estaba haciendo trampas ;)"	26 nov. 2014
YouTube	Jack Winston (reportero de ESEA)	Entrevista a Spencer "Hiko" Martin (Cloud9): "Un par de mis compañeros de equipo piensan que ellos [Fnatic] hacen trampas. [...] Yo no estoy muy seguro, pero nunca se sabe".	27 nov. 2014
Aftonbladet Esport (entrevista)	Björn Ehrnberg (periodista del medio)	Titular: Pronax sobre las últimas acusaciones: "Ha sido horrible" Destacado: "Sé que hay mucha gente que cree que ha estado haciendo trampas, y hay muchos más que creen que es inocente. Pero los que cuestionan son los que hacen más ruido. Sé que no ha hecho trampas, juego con él cada día".	27 nov. 2014
Twitch	Robin "Fifflaren" Johansson, Scott "SirScoots" Smith, Duncan "Thorin" Shields (Dream Hack)	"El primer equipo que juega hoy, Fnatic, tiene encima un montón de presión. Hay un montón de vídeos, se está llevando a cabo mucho 'CSI' por parte de la comunidad"	27 nov. 2014
Facebook	Robin "flusha" Rönnquist	Publicación en su Facebook personal: "Desde que los bans de VAC de 'KQLY' y 'SF' se hicieron públicos, la comunidad ha llevado a cabo una caza de brujas hacia los jugadores (principalmente hacia mí). Lo único que la comunidad ha conseguido para mí y mi equipo es un montón de odio inmerecido. Nunca he sido descalificado por <i>cheating</i> en un torneo o liga en toda mi vida. Además, me han supervisado muchos administradores distintos, como los de la ESL, que me han supervisado en varias ocasiones. Lo único que puedo decir sobre mis <i>clips</i> es que tengo un estilo de juego muy diferente y levanto mi ratón mucho más que el jugador promedio. Lo último que me gustaría decir es que esta comunidad es una jodida broma. Desde que esta caza de brujas empezó 9 de 10 mensajes para mí en twitter / facebook ha sido insultos o amenazas de muerte. [...] Me encantan los esports, el único	30 nov. 2014

		problema es la comunidad, por eso nunca me he preocupado por la comunidad, redes sociales y esas cosas. Sólo hago esto por los patrocinadores de mi equipo". Esta publicación está actualmente eliminada.	
YouTube	Richard Lewis (periodista de esports)	Entrevista a 'Krystal' y 'fel1x': Fel1x: "Creo que [Rönnquist] está haciendo trampas 100%. Si miras las escenas, es... Su ratón para justo donde están los enemigos, a través del muro. Pero no tiene ban de VAC, así que no es un tramposo, pero en mi opinión sí lo es." Krystal: "Creo que está usando aimlock para detectar a los enemigos a través del muro [...] Nadie sospechó de él hasta hace un par de semanas, porque nadie sospechaba que fuera posible hacer trampas en LAN"	1 dic. 2014
Twitch	Mohamad "mOE" Assad (streamer)	Hablando al público en su stream: "No creo que 'flusha' haga trampas, pero creo que en el pasado podría haberlo hecho. Simplemente porque las cosas que ha hecho, todos esos <i>clips</i> , demasiados <i>clips</i> extraños, hay demasiados como para decir que fue simplemente suerte."	16 jun. 2016
Twitch	Steve "Ryu" Rattacasa (streamer)	Hablando al público en su stream sobre un <i>clip</i> de 'flusha': "Es siquiera humanamente posible mover tu ratón así? [...] Enséñame a tres jugadores profesionales a los que les pase esto, no puedes. Miro partidas cada día, las suyas son las únicas donde pasa esto."	2 mar. 2016
YouTube	AlphaDraft Fantasy eSports	Conversación entre Richard Lewis y Duncan Shields: Lewis: "Había un <i>clip</i> , en la página principal de Reddit, donde la gente decía que había un aimlock [de 'flusha']. [...] Eso volvió a sacar todo el tema de 'flusha'. [...] Había un comentario que decía 'claro que parece que haga trampas, es de los mejores del mundo', pero si ese fuera el caso, veríamos <i>clips</i> así de todos los jugadores." Thorin: "Nunca ha habido algo parecido a todos estos clips tan sospechosos."	14 mar. 2016
Reddit	Robin "flusha" Rönnquist	Respuestas en un Ask Me Anything (Pregúntame Cualquier Cosa) de Rönnquist: "Nunca he tenido ningún sentimiento hacia los jugadores profesionales que me acusaban de cheating, simplemente fue divertido ver lo tontos que fueron." "Todas las decisiones que he tomado en mi carrera en CSGO han sido buenas." "Nunca he pensado que ningún pro hiciera trampas."	20 ago. 2016

Hilos destacados de la comunidad			
Foro	Respuestas	Título	Fecha
Reddit	85	conclusive evidence of flusha cheating	22 nov. 2014
HLTV	177	flusha is not cheating	23 nov. 2014
Reddit	1247	NiP Pita calls out Flusha on twitter	23 nov. 2014
HLTV	87	Pita deleted his tweet about Flusha	23 nov. 2014
Reddit	2599	Flusha about the cheating accusations	30 nov. 2014
Reddit	434	SirScoots on Flusha's response to cheating allegations	30 nov. 2014
Reddit	727	Unpopular opinion about Flusha	30 nov. 2014

FIGURA 8.- Relación de comunicaciones relativas al caso “flusha” / Fuente: Elaboración propia.

1.1.4 El caso “subroza”

El jugador Yassine "Subroza" Taoufik ha sido el último en generar grandes polémicas, debido a varios vídeos o *clips* que se difundieron en la comunidad y donde se destacaban varios movimientos anormales en su juego. En los *clips*, su mira, que representa virtualmente los píxeles hacia donde irán dirigidas las balas, se movía con una precisión inaudita hacia las cabezas de los enemigos.

Comunicaciones corporativas y de la escena profesional

Medio	Autor	Observaciones	Fecha
YouTube	Richard Lewis (periodista de CSGO)	“Si asumimos que Subroza está haciendo trampas, y eso es lo que parece por sus <i>aimlocks</i> , [...] eso sugiere que, cuando vemos gente con múltiples <i>clips</i> como los suyos, ellos también pueden estar haciendo trampas. O dás a subroza el beneficio de la duda, como todo el mundo ha hecho con los otros jugadores, o asumís tal vez más gente está haciendo trampas”	5 sept. 2016
Snapchat (vídeo)	CLG (equipo profesional)	En el vídeo se muestra cómo el jugador “subroza” mueve el ratón mientras juega, presuntamente como respuesta a los <i>clips</i> difundidos en la comunidad donde se destacaban los sospechosos movimientos de la mira del jugador.	12 sept. 2016
YouTube	Richard Lewis (periodista)	“Desde la aparición de varios clips de subroza con una puntería muy extraña [...] un montón de gente en la comunidad de CSGO parece convencida de que hace trampas, y debería tener el beneficio de la duda. [...] La gente no tiene fe en el sistema, no cree que los pros no estén haciendo trampas [...] pero tienen que rebajar algunas locuras, porque no van a ayudar con el problema del cheating.”	24 sept 2016
YouTube	Duncan Shields (analista), Josh “Steel” Nissan (streamer), Jason “moses” O’Toole (analista)	Nissan: “Me fijo en todos los jugadores con la mejor puntería con los que nunca haya jugado [...] y después está subroza. No he visto nunca a una persona tan jodidamente buena. [...] No estoy diciendo que haga trampas en las partidas en vivo, pero... qué demonios?” Shields: “Sí, ese clip tenía mala pinta” O’Toole: “Sí”	3 nov. 2016

Hilos destacados de la comunidad

Foro	Respuestas	Título	Fecha
Reddit	35	Subroza got an account on MPGH for fucks sake	26 ago. 2016
Reddit	60	[CSGO] Subroza possibly cheating in CSGO	27 ago. 2016
Reddit	350	Subroza insane aim prac	11 sept. 2016
Reddit	695	GIF of Subroza warming up. From CLG's official snapchat.	12 sept.

		2016
FIGURA 9.- Relación de comunicaciones relativas al caso “subroza” / Fuente: Elaboración propia.		

1.1.6 Otros

Más allá de cualquier caso en concreto, en estos años ha habido algunas declaraciones sobre *cheating* que han resultado ser de especial importancia para la comunidad, o que tienen relevancia por el enfoque y las características de las mismas.

Comunicaciones corporativas y de la escena profesional			
Medio	Autor	Observaciones	Fecha
Reddit	Gabe Newell (propietario de Valve)	“Para un juego como Counter-Strike, debe haber miles de cheats creados, varios cientos de los cuales van a estar activos en cualquier momento dado. Habrá sobre diez o veinte grupos tratando de hacer dinero vendiendo cheats.”	18 feb. 2014
YouTube	Duncan Shields (analista)	“Todas las explicaciones que dan los jugadores, en las raras ocasiones en que se refieren a estos temas, o que dan los fans u otra gente en la industria con la que hablo de estos clips... Las explicaciones que dan son siempre increíblemente débiles, muy tenues. [...] No puedo, simplemente, continuar mirando esos clips una y otra vez pensando que alguien se está haciendo cargo, porque sé que no es así. [...] Por el momento, la única manera de que Valve haga algo es que el jugador reciba un ban de VAC, pero el VAC no va a detectar cheats privados. [...] Ellos [Valve] necesitan a alguien que sea un programador experto, y entonces, idealmente, un programador experto en el área de las trampas.”	26 jun. 2016
YouTube	Duncan Shields (analista)	“Si existen jugadores profesionales que estén haciendo trampas usando software de terceros, y como resultado ganando en situaciones donde no deberían, es borra parte de la legitimidad de lo que es un juego maravilloso a nivel de élite. [...] Hay un enorme problema en la industria de CSGO como deporte. La gran mayoría, y hablo del 90% o más, de la gente en esta industria que hace su dinero en CSGO no quieren ver estos clips, no miran estos clips. [...] Hay mucha gente en la industria que en privado admitirá que están	18 jul. 2016

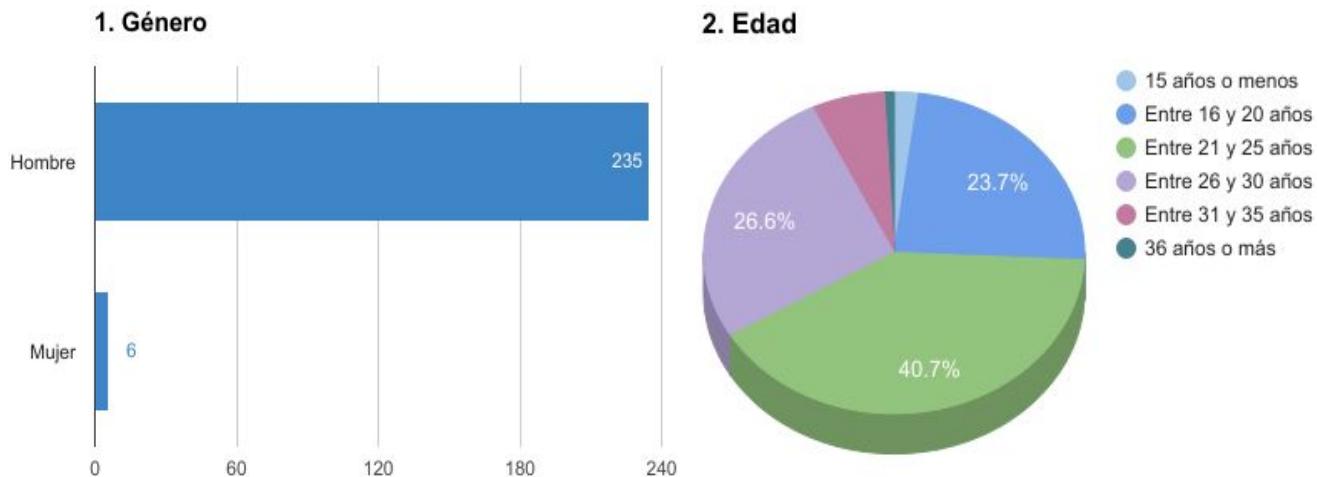
		asustados de que, si se encuentran muchos casos de cheating en perfiles de alto nivel, el CSGO vaya a morir. Están asustados de la mala publicidad y la mala prensa.”	
--	--	---	--

FIGURA 10.- Relación de comunicaciones relativas al *cheating* en general y ajenas a un cualquier caso particular / Fuente: Elaboración propia

1.2 Encuesta

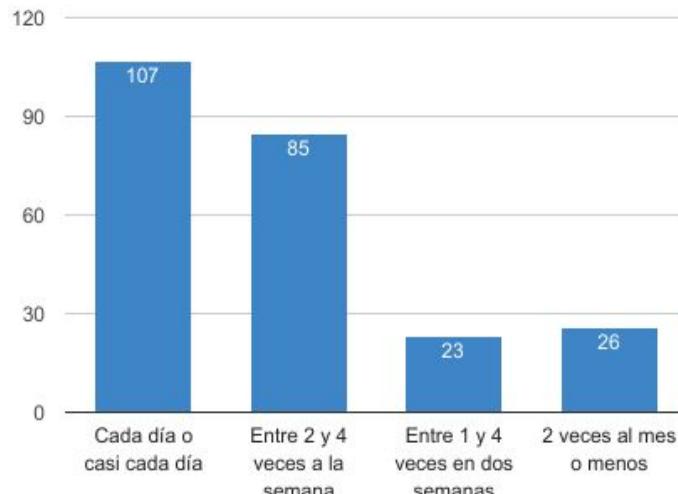
Estos son los resultados de la encuesta llevada a cabo, expuestos mediante 15 gráficos de elaboración propia. Si se requiere de información extra, la encuesta está disponible en el ANEXO 2.

Los resultados de la encuesta muestran una amplia mayoría de respuestas masculinas, mientras que el 40.7% (GRÁFICO 1) de los encuestados se sitúa en la franja de entre los 21 y los 25 años (GRÁFICO 2).

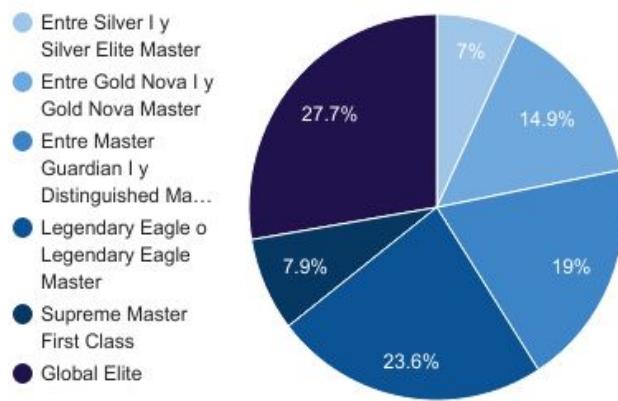


Por lo que respecta a la frecuencia de juego y al nivel en el mismo, la mayoría de los encuestados (44.4%) juegan cada día o casi cada día (GRÁFICO 3), mientras que su nivel de habilidad suele encontrarse entre los rangos más altos de *Matchmaking* (GRÁFICO 4).

3. Frecuencia de juego



4. Rango en Matchmaking

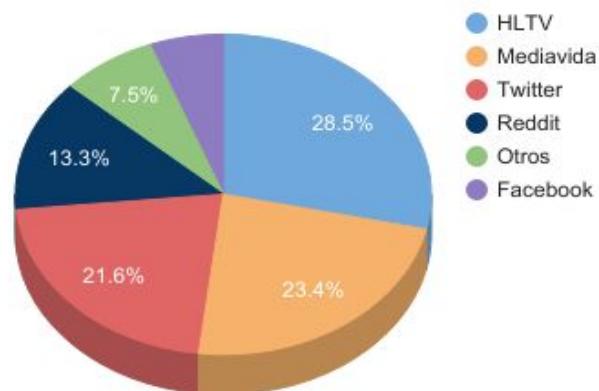


También son personas que tienden a estar al tanto de la actualidad de la escena profesional de CSGO (GRÁFICO 5) y donde los medios utilizados son, principalmente, el portal de noticias y el foro de HLTV, el foro de CSGO en Mediavida y Twitter (GRÁFICO 6).

5. Seguimiento de la actualidad de CSGO



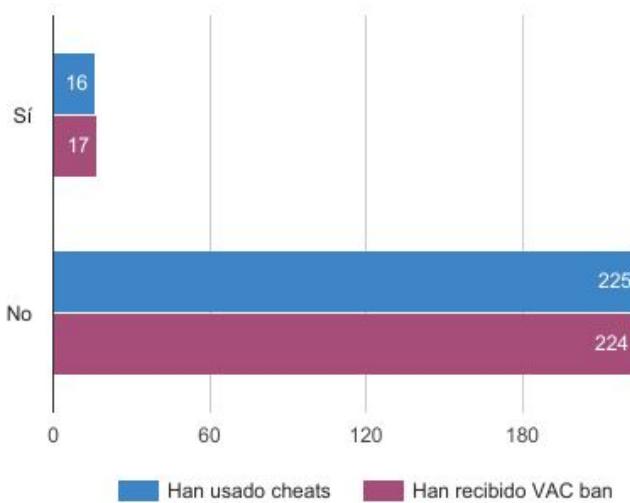
6. Canales (redes, foros y medios)



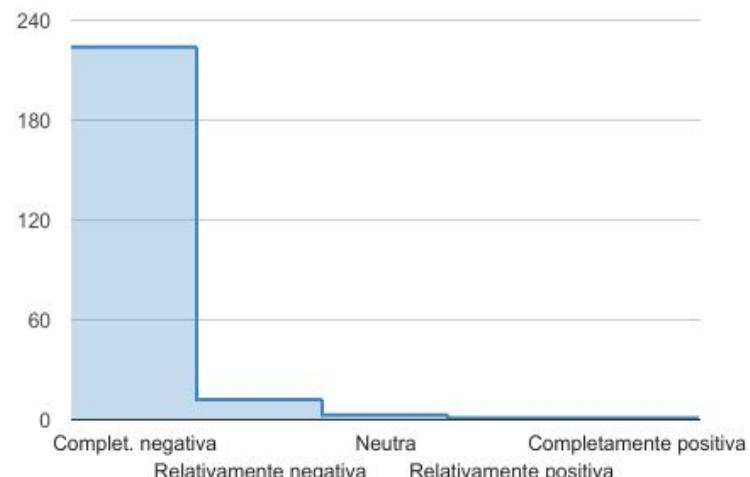
Respecto a su experiencia con cheats, sólo una pequeña parte los ha usado en algún momento, y el número de baneados por VAC alguna vez es muy similar (GRÁFICO 7). La

amplia mayoría, tiene una percepción completamente negativa del *cheating* a nivel profesional (GRÁFICO 8).

7. Conducta y represalias

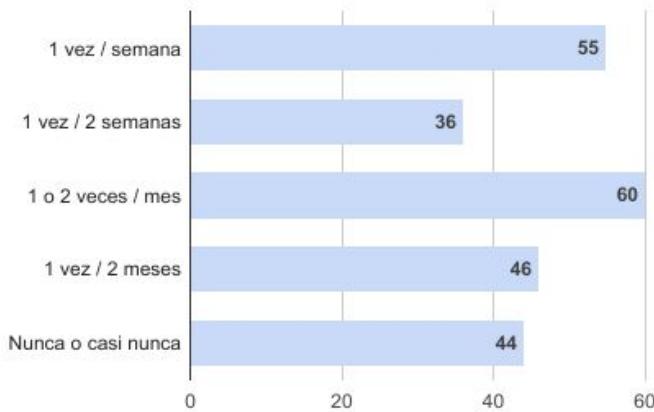


8. Percepción sobre el cheating profesional

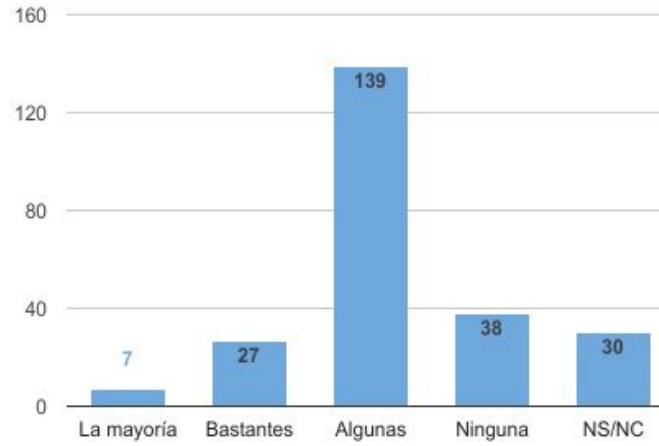


El grueso de los encuestados ve, de manera regular, acusaciones de cheating a jugadores profesionales por parte de la comunidad (GRÁFICO 9). Sin embargo, no creen que todas estén en lo correcto y que el jugador profesional en cuestión esté haciendo trampas, sino que la mayoría cree que sólo “algunas” de ellas son veraces (GRÁFICO 10).

9. Frecuencia en que ven acusaciones de cheating a profesionales

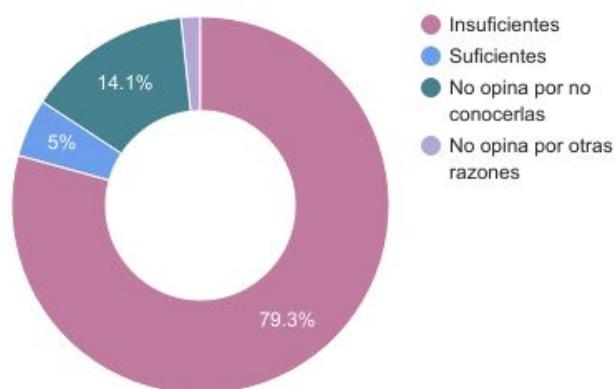


10. Percepción de veracidad en las acusaciones

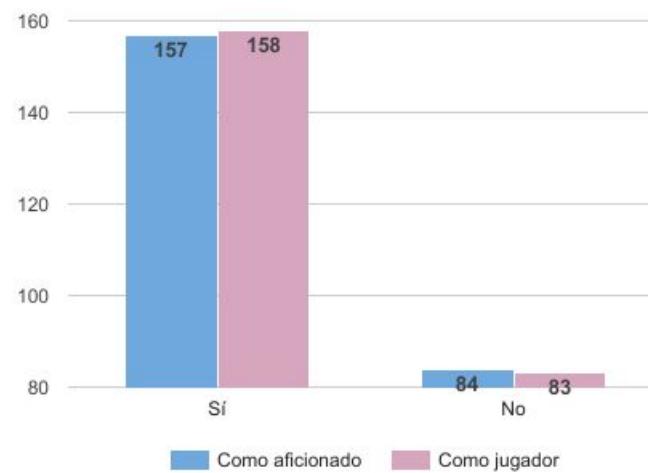


Aunque se los encuestados se muestran relativamente escépticos con las acusaciones de *cheating*, para el 79.3% son insuficientes las medidas llevadas a cabo por Valve y por los organizadores de eventos y torneos para evitar el *cheating* (GRÁFICO 11). Además, para los encuestados el problema del *cheating* a nivel profesional tiende a empeorar la experiencia como aficionado y como jugador (GRÁFICO 12).

11. Valoración de las medidas contra el cheating

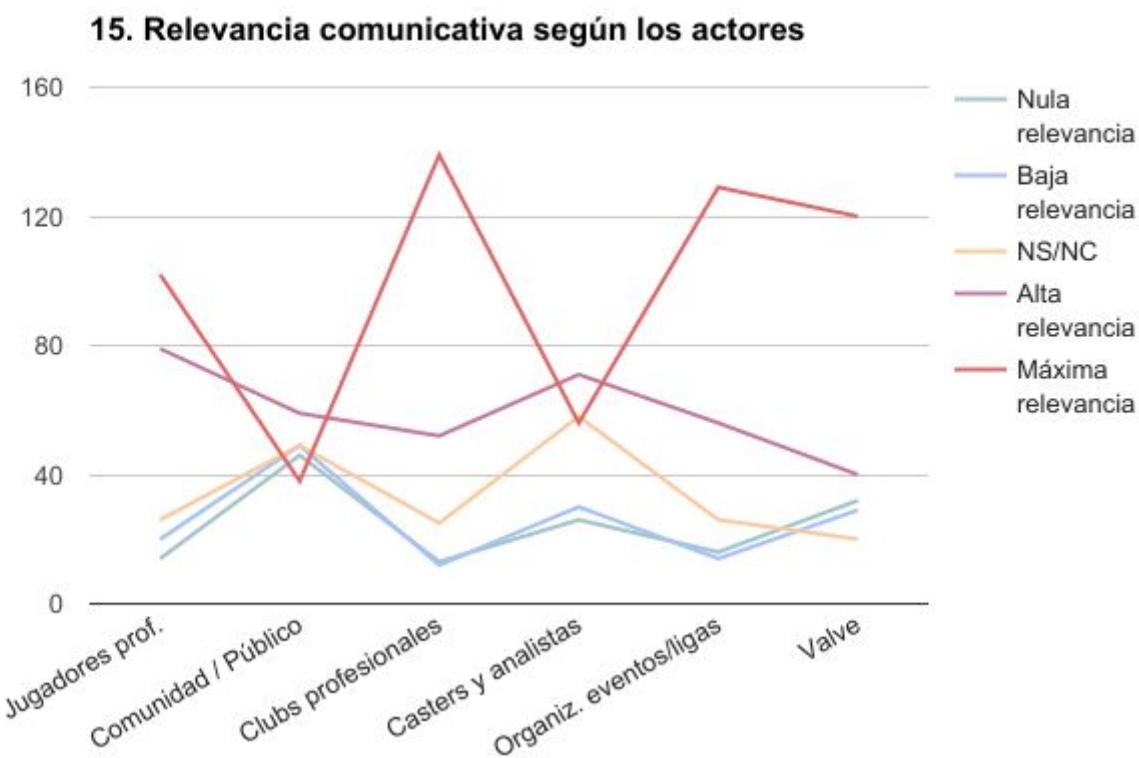


12. Con el cheating profesional, ¿la experiencia empeora?



En la actualidad, para la mayoría de los encuestados (51%) la incertidumbre o la posibilidad de que exista el cheating a un nivel profesional es “uno de los mayores problemas del juego”, seguido de un amplio grupo (35.7%) para el cual es “un problema, pero no de los peores” (GRÁFICO 13). Si llegara a demostrarse, la decepción de los jugadores cae sobre cuatro grandes grupos: los jugadores profesionales (27.8%), Valve (25.8%), los clubs profesionales (19.6%) y las empresas organizadoras de eventos y ligas (18.2%) (GRÁFICO 14).

Por último, también era importante valorar la relevancia que se le otorga, por separado, a cada uno de los actores en sus comunicaciones sobre el *cheating*. Según muestra el gráfico (GRÁFICO 15), a todos los actores se les da una relevancia considerable en sus comunicaciones, aunque destacan los jugadores profesionales, los clubs profesionales, las entidades organizadoras de eventos y ligas y Valve. Así, reafirmando los resultados del gráfico anterior (GRÁFICO 14), la comunidad de seguidores y los comentaristas y analistas son los que tienen una menor relevancia.



2. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos

Según los diferentes casos analizados, los medios de comunicación predilectos en el panorama profesional de CSGO son prácticamente en su totalidad medios *online*, que se pueden dividir

en dos: los medios de comunicación de esports y las redes sociales y canales de los actores profesionales en diferentes plataformas.

De las 37 comunicaciones realizadas por la escena profesional en estos casos, 12 provienen de los jugadores, que han sido los actores más activos de esta escena. Entre éstas, unas pocas pertenecen a medios de comunicación *online*, siendo normalmente entrevistas, pero la mayoría se realizaron mediante Twitch, Twitter, Facebook y YouTube. Además, muestran una gran tendencia al formato audiovisual y, normalmente, en *streaming*, sea bien el *streaming* del jugador o bien el *streaming* de un evento de esports. Además, estas comunicaciones destacan por ser desorganizadas y espontáneas -hemos llegado a presenciar su reacción en directo- y sin ninguna duda han sido las más abundantes.

Esto coincide, en parte, con los medios utilizados habitualmente por la comunidad española a la hora de seguir las noticias de la escena profesional, donde destacan Twitter, foros internacionales como como el de HLTV y el de Reddit, y foros españoles como Mediavida. Aquí es donde se destaca el importante papel de la comunidad como generadora (y recopiladora) de contenidos. En los hilos analizados de HLTV y Reddit, es esta comunidad la que reclama y consigue generar atención sobre las acciones comunicativas de los actores profesionales. Así, los foros demuestran por sí mismos su papel intermedio entre la escena profesional y el público en general. Esta característica de los foros, como detallo más adelante, probablemente haya sido fundamental en la evolución de la comunicación externa en las distintas empresas de la escena profesional de CSGO.

En general, las organizaciones sólo han emitido comunicados cuando la actividad de los jugadores ha sido afectada de manera explícita, es decir, cuando han sido afectados por el VAC o expulsados por otros motivos de una liga o torneo. En estos casos, sin embargo, no existe una tendencia clara. Organizaciones como Titan, en el caso “KQLY”, fueron actualizando su opinión y *modus operandi* en redes sociales y en su web corporativa, mientras que Epsilon mantuvo un papel prácticamente inexistente en el caso “SF”. Cuando se ha tratado de acusaciones sin consecuencias, más allá de la actividad en los foros, prácticamente nunca han alzado la voz, y si lo han hecho no ha sido de una manera clara y contundente. Sin embargo, mediante el análisis de la comunicación externa se aprecia un cambio radical en ellas y en las

relativas a los jugadores, cuyo punto de inflexión es el caso “flusha” y cuya razón de ser probablemente sea, como decía antes, la actividad en la comunidad.

Por norma general, antes de 2015 se producía un número mucho mayor de comunicaciones relativas al *cheating* por parte de los actores profesionales. Hasta el caso “flusha”, a finales de 2014, son abundantes las opiniones expresadas, de múltiples maneras y por múltiples vías, por los jugadores y por las distintas entidades. La comunidad, por su parte, se hacía eco de ellas como generadora y recopiladora de contenidos, con lo que la repercusión aumentaba exponencialmente a cada nuevo comunicado que viniera de la escena profesional.

Sin embargo, a partir del caso “flusha” hubo un cambio radical en esta estrategia: las comunicaciones informales de los jugadores profesionales cesaron en gran medida y las empresas del sector empezaron a seguir el modelo del silencio en su gestión de crisis. Este cambio, observando los resultados, parece haber sido *a priori* efectivo. Si bien la comunidad ha continuado generando el mismo tipo de contenidos sospechosos de *cheating*, la falta de reacción por parte de la escena profesional ha dejado a los foros sin esa difusión que antes de 2015 generaba tantas visitas, y que a la vez suponía nuevos temas de discusión.

En esta línea, y partir del escándalo de finales de 2014, los jugadores profesionales han tenido una clara homogeneización en sus declaraciones y comunicados. Así, han pasado de tener diversidad de opiniones y expresarlas de múltiples maneras a presentar líneas comunicativas muy similares, en las que sólo hablan de *cheating* si se les pregunta y donde acostumbran a afirmar que no saben nada o que creen que no existe el *cheating* profesionalmente. También a partir de ese evento, las empresas organizadoras de campeonatos no han vuelto a mencionar en sus retransmisiones la existencia de cheats a nivel profesional, pese a que la comunidad ha continuado generando el mismo tipo de *clips*.

Por su parte, Valve siempre se ha mantenido atrás en lo que respecta al *cheating* en CSGO. La única declaración relacionada se produjo en 2014 y vino de Gabe Newell, propietario de la empresa, que quiso aclarar algunos aspectos del sistema anti-cheats al existir polémica sobre cómo éste registraba información personal de los usuarios. Conociendo la gestión comunicativa de Valve, era de esperar que no hicieran declaraciones, pero tampoco se han hecho públicas

ninguna nueva medida para la detección y la prevención de los *cheats* privados entre los jugadores profesionales. Por lo tanto, es lógico que el 79.3% de los jugadores españoles califique como “insuficientes” las medidas anti-trampas.

En cuanto a los periodistas y analistas de esports profesionales, con este cambio de dinámica han abandonado los comentarios sobre *cheating* que antes hacían cuando trabajaban para las empresas del sector. Sólo algunos de ellos persisten, comunicando sus opiniones respecto al *cheating* a título personal con algunos podcasts y vídeos al respecto. Mientras tanto, y pese a que el vídeo “El problema del *cheating*” del analista Duncan “Thorin” Shields acumula centenares de miles de visitas, la escena se sigue manteniendo en un silencio generalizado.

En esta situación, pues, nos encontramos con dos grupos que tienen dinámicas comunicativas opuestas. La comunidad y algunos analistas y periodistas de CSGO, que siguen hablando del *cheating* cuando salen nuevos clips o sospechas, y el resto de actores de la escena profesional, que han decidido en bloque dejar el tema a un lado. Curiosamente, el primer grupo es también, para los jugadores españoles, el sector que tiene una menor relevancia cuando se trata del *cheating*.

Sin embargo, y pese a que esta dinámica haya conseguido que se hable menos del *cheating* en los foros, éste sigue siendo un tema candente. El 22% de los jugadores españoles, según la encuesta, es espectador, al menos una vez a la semana, de una nueva acusación de *cheating* y de las sospechas en forma de *clip* que nacen en la comunidad.

La estrategia del silencio tampoco ha conseguido que éste abandone los pensamientos de la comunidad, o al menos de la comunidad española (si bien ésta podría dar a entender una tendencia internacional). Para los jugadores españoles, el *cheating* sigue siendo “un problema” (35.7%) o “el mayor problema del videojuego” (51%). La percepción de los jugadores, además, podría tener repercusiones directas sobre el videojuego en sí mismo, dado que 65% de los jugadores reconoce que el problema del *cheating* va más allá del panorama profesional y no sólo les afecta negativamente como aficionados, sino que también lo hace a la hora de jugar.

V. CONCLUSIONES

1. La comunidad profesional de CSGO ha tenido, en la historia del videojuego, varios casos de cheating, que han afectado irreversiblemente a la percepción que tiene la comunidad de la escena profesional.
2. Entre ellos, se ven dos claras tendencias comunicativas, separadas en el tiempo por el caso del jugador “flusha”, que supuso a finales de 2014 un gran revuelo en todos los niveles de la comunidad. Si bien la estrategia comunicativa precedente a este caso presentaba en la escena profesional una clara desorganización, a partir de 2015 se produjo una homogeneización de la misma, como tendencia en todos los niveles profesionales.
3. Esta estrategia ha tenido sus frutos, puesto que la actividad de la comunidad de CSGO ha disminuido por lo que respecta al cheating. Sin embargo, no ha sido suficiente para erradicar las sospechas y esta actividad sigue teniendo un gran seguimiento en la comunidad.

Por último, este estudio abre una nueva pregunta, que deberían interesar a la industria de CSGO porque afectan directamente a la percepción que tiene el jugador: ¿hasta qué punto está Counter-Strike: Global Offensive, no ya como deporte sino como videojuego, sufriendo las consecuencias del problema del *cheating*?

VI. BIBLIOGRAFÍA

1. Ética y trampa en los videojuegos

Billy, J. (2016, agosto). *Kingdom eSports Accused of Using Ringers in CoD Champs Online Qualifier*. DotEsports.com. Revisado el 6 de febrero de 2017: <https://dotesports.com/call-of-duty/kingdom-esports-accussed-of-using-ringers-in-cod-champs-online-qualifier-10939>

Chan, E. (2017, marzo). *Goodbye "eSports" - The Associated Press Ends Debate On How To Write "esports"*. AkshonEsports.com. Revisado el 28 de marzo de 2017: <https://www.akshon esports.com/2017/03/goodbye-esports-associated-press-ends-debate-write-esports>

Consalvo, M (2007). *Cheating: Gaining Advantage in Videogames*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Durrani, A. (2016, abril). *Match-fixing comes to the world of e-sports*. TechCrunch.com. Revisado el 6 de febrero de 2017: <https://techcrunch.com/2016/04/23/match-fixing-comes-to-the-world-of-e-sports/>

El Tiempo: Redacción (1996, junio). Las trampas de la ética. ElTiempo.com. Revisado el 3 de enero de 2017: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-457267>

Guiñón, A. (2017, marzo). *Riot Games será indemnizado con diez millones de euros por LeagueSharp*. As.com. Revisado el 5 de marzo de 2017: http://as.com/esports/2017/03/05/league_of_legends/1488728205_173566.html

Jenny, S. E.; Manning, R. D.; Keiper, M. C.; Olrich, T. W. (2016, marzo). *Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of “Sport”*. TandFOnline.com. Revisado el 20 de mayo de 2017: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00336297.2016.1144517?scroll=top&need>

Access=true

Kraus, A. (2016, enero). *Ética y justicia, otra vez*. ArnoldoKraus.nexos.com.mx. Revisado el 13 de marzo de 2017: <http://arnoldokraus.nexos.com.mx/?p=157>

Otero, C. (2015, enero). *Los e-Sports ya son deporte Olímpico en Corea*. MeriStation.com. Revisado el 8 de febrero de 2017: <http://www.meristation.com/noticias/los-e-sports-ya-son-deporte-olimpico-en-corea/2037766>

Pearson, D. (2015, febrero). *Report: eSports revenues to hit \$465m in 2017*. GamesIndustry.biz. Revisado el 9 de febrero de 2017: <http://www.gamesindustry.biz/articles/2015-02-17-report-esports-revenues-to-hit-usd465m-in-2017>

Ribka, J. (2016, diciembre). *The Sims 3 Cheats (PC)*. Lifewire.com. Revisado el 6 de febrero de 2017: <https://www.lifewire.com/sims-3-cheats-pc-3402154>

Simon, R. L.; Torres, C. R.; Hager, P. F. (2014). *Fair Play: The Ethics of Sport* (4^a Ed.) Boulder, CO: Westview Press.

Steiner, D. (2017, enero). *South Korea Passes Bill to Directly Punish Hack Makers*. PvPLive.net. Revisado el 8 de febrero de 2017: <https://pvplive.net/c/south-korea-passes-bill-to-directly-punish-hack-ma>

Syrota, L. (2011, julio). *eSports: A Short History of Nearly Everything*. TeamLiquid.net. Revisado el 23 de diciembre de 2016: <http://www.teamliquid.net/forum/starcraft-2/249860-esports-a-short-history-of-nearly-everything>

Yelmo, A. (2014, diciembre). *Novedades del Código Mundial Antidopaje*. Blog.AEPSAD.es. Revisado el 9 de febrero de 2017: <http://blog.aepsad.es/novedades-del-codigo-mundial-antidopaje-2015/>

2. Entorno y contexto

Bektaş, B. (2017, enero). *F.C. Copenhagen sign ex-Dignitas*. HLTV.org. Revisado el 20 de mayo de 2017: <http://www.hltv.org/news/19563-fc-copenhagen-sign-ex-dignitas>

Bibiou (2017, marzo). *Guide CS: GO – Matchmaking, Faceit, ESEA : que choisir?* WarLegend.net. Revisado el 16 de marzo de 2017: <http://www.warlegend.net/cs-go-matchmaking-faceit-esea-choisir/>

- Bishop, S. (2017). *There could be 286 million frequent esports viewers by 2020.* GameReactor.eu. Revisado el 12 de marzo de 2017: <https://www.gamereactor.eu/esports/535243/There+could+be+286+million+frequent+esports+viewers+by+2020/>
- Blum, B. (2016, mayo). *Power Dynamics in Esports - the Role of the Publisher.* ESPN.com. Revisado el 15 de enero de 2017: http://www.espn.com/esports/story/_/id/15577117/power-dynamics-esports-role-publisher
- Blum, B. (2016, mayo). *Power Dynamics in Esports - The WESA experiment.* ESPN.com. Revisado el 15 de enero de 2017: http://www.espn.com/esports/story/_/id/15684570/power-dynamics-esports-wesa-experiment
- Casselman, B. (2015, mayo). *Resistance is futile: eSports is massive... and growing.* ESPN.com. Revisado el 12 de marzo de 2017: http://www.espn.com/espn/story/_/id/13059210/esports-massive-industry-growing
- Chalk, A. (2016, julio). *Esports Integrity Coalition launches in the UK.* PCgamer.com. Revisado el 4 de enero de 2017: <http://www.pcgamer.com/esports-integrity-coalition-launches-in-the-uk/>
- Chang, E. (2017, febrero). *eSports: The missed billion-dollar opportunity for publishers and platforms.* GamesIndustry.com. Revisado el 3 de febrero de 2017: <http://www.gamesindustry.biz/articles/2017-01-31-esports-the-missed-billion-dollar-opportunity-for-publishers-and-platforms>
- Deng, J.; Tyson, G.; Cuadrado, F.; Uhlig, S. (2017). *Internet Scale User-Generated Live Video Streaming: The Twitch Case.* London, UK: Queen Mary University.
- Enstrand, S. (2016). *Fifflarens concern: "Too many LAN tournaments for the players".* Esport.AftonBladet.com. Revisado el 7 de marzo de 2017: <http://esport.aftonbladet.se/csgo/fifflarens-concern-too-many-lan-tournaments-for-the-players/>
- Flores, M. (2017). *El pro gaming podría eclipsar pronto a la NBA y a la MLB.* LevelUp.com. Revisado el 11 de marzo de 2017: <http://www.levelup.com/noticias/419370/El-pro-gaming-podria-eclipsar-pronto-a-la-NBA-y-a-la-MLB>
- Forbes (2017). *The Richest People in Tech.* Forbes.com. Revisado el 4 de febrero de 2017: <https://www.forbes.com/richest-in-tech/#3e7fc7077316>
- Gamboa, I. (2016). *La 'LVP' y 'Orange' se asocian hasta 2018.* Marca.com. Revisado el 13 de marzo de 2017: <http://www.marca.com/esports/2016/11/29/583d6b5d22601d551f8b4674.html>
- Garfat, R. (2016). *Michael Phelps honors 'fellow athletes' in eSports Game Awards.* ESPN.com. Revisado el 11 de marzo de 2017: http://www.espn.com/esports/story/_/id/18187498/michael-phelps-honors-esports-athletes-game-awards

Gaudiosi, J. (2014). *Big brands gravitating towards eSports*. Fortune.com. Revisado el 12 de marzo de 2017: <http://fortune.com/2014/07/24/esports-sponsors/>

Guevarra, E. C. (2016, marzo). A Million Dollars for CS:GO's Majors Tournaments. Esports.Inquirer.net. Revisado el 2 de febrero de 2017: <http://esports.inquirer.net/14031/a-million-dollars-for-csgos-majors-tournaments>

Izquierdo, O. (2017, marzo). *The Grind: How to Escape Semi-Pro CS:GO*. EsportsEdition.com. Revisado el 27 de marzo de 2017: <https://esportsedition.com/csgo/semi-pro-csgo/>

Kain, E. (2015). *The Top 10 Wealthiest Video Game Billionaires In The World*. Forbes.com. Revisado el 23 de mayo de 2017: <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2015/03/07/the-top-10-video-game-billionaires/#5a76c37814ef>

León, A. (2016, mayo). *A G2 Vodafone le ha llegado la hora de la verdad*. RedBull.com. Revisado el 13 de marzo de 2017: <http://www.redbull.com/es/es/esports/stories/1331796077087/a-g2-vodafone-le-ha-llegado-la-hora-de-la-verdad>

Lewis, R. (2017, enero). *Esports Orgs Vs Sports Brands: The Shift In The Esports Economy*. YouTube.com. Revisado el 5 de enero de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=aoqO83bVKWw&feature=youtu.be>

Li, R. (2016). *Good Luck Have Fun. The Rise of eSports*. New York, NY: Skyhorse Publishing.

Lieberman, D. (2017, marzo). *IMG Launches eSports Training Platform: Boomeo*. Deadline.com. Revisado el 29 de marzo de 2017: <http://deadline.com/2017/03/img-launches-esports-training-platform-boomeo-1202044630/>

Lingle, S. (2014, noviembre). *Valve lets players in on lucrative stickers business*. DotEsports.com. Revisado el 2 de febrero de 2017: <https://dotesports.com/counter-strike/cs-go-player-stickers-878>

Linn, D. (2015). *Most played games: january - december 2015*. Caas.Raptr.com. Revisado el 28 de marzo de 2017: <http://caas.raptr.com/category/most-played/>

Matamoros, S. (2016, noviembre). *eSports, un reclamo publicitario para las grandes empresas*. Expansion.com. Revisado el 13 de marzo de 2017: <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2016/11/20/582f64a8468aebf1398b459e.html>

Montero, E. (2015). *Los 5 eventos más grandes de la historia de los e-Sports*. Marca.com.

Revisado el 12 de marzo de 2017:

<http://www.marca.com/2015/03/04/e-sports/1425471526.html>

Newzoo (2015). *Industry First Report: The Evolution of the eSports Ecosystem*. Newzoo.com.

Revisado el 28 de marzo de 2017: <https://newzoo.com/insights/articles/industry-first-report-evolution-esports-ecosystem/>

Newzoo (2016). *2016 Global Esports Market Report: Trends, Revenues & Audiences Toward 2019*. Newzoo.com. Revisado el 12 de marzo de 2017: https://newzoo.com/wp-content/uploads/2016/02/Newzoo_2016_Global_Esports_Market_Report_Dummy.pdf

Ólafsson, G. (2012). *The future of electronic sports*. University of Reykjavík.

Palazuelos, F. (2016). *Mediapro adquiere una participación mayoritaria en LVP*. Marca.com.

Revisado el 13 de marzo de 2017:

<http://www.marca.com/esports/2016/10/06/57f64e7d22601dd5418b45b1.html>

Pennington, A. (2016, septiembre). *The role of publishers in esports*. SportBusiness.com.

Revisado el 29 de marzo de 2017: <https://www.sportbusiness.com/sportbusiness-international/esports-role-publishers-esports>

Shafi (2017). *Movistar se adentra en los eSports*. As.com. Revisado el 13 de marzo de 2017:

http://as.com/esports/2017/01/10/portada/1484073631_760503.html

Spark (2016). *Top 10 CS:GO Twitch Streamers To Follow*. KillPing.com. Revisado el 28 de marzo de 2017: <https://www.killping.com/blog/top-10-csgo-twitch-streamers-to-follow/>

Syrota, L. (2011, julio). *eSports: A Short History of Nearly Everything*. TeamLiquid.net. Revisado el 23 de diciembre de 2016: <http://www.teamliquid.net/forum/starcraft-2/249860-esports-a-short-history-of-nearly-everything>

Te, Z. (2014, mayo). *Dust to Dust: The History of Counter-Strike*. GameSpot.com. Revisado el 15 de mayo de 2017: <https://www.gamespot.com/articles/dust-to-dust-the-history-of-counter-strike/1100-6419676/>

VandalSports (2016, octubre). *El fútbol y los eSports: Todos los clubes que han dado el salto*. VandalSports.com. Revisado el 20 de mayo de 2017: <http://es.vandalsports.com/articulos/1177/el-futbol-y-los-esports-todos-los-clubes-que-han-dado-el-salto>

Wagner, M. G. (2006). *On the Scientific Relevance of eSports*. Krems, Austria: Danube University Krems.

Whinston, N. (2016, diciembre). An Open Letter to SirScoots, the Counter-Strike Players Contracted to PEA Organizations, and the Counter-Strike Community. Medium. Revisado el 16 de marzo de 2017: <https://medium.com/@nwhinston/an-open-letter-to-sirscoots-the-counter-strike-players-contracted-to-pea-organizations-and-the-5e80446b61c4>

Wolf, J. (2017). *First esports-dedicated law firm is launched*. ESPN.com. Revisado el 4 de enero de 2017: http://www.espn.com/esports/story/_/id/18400113/first-ever-esports-dedicated-law-firm-launched

3. Comunicación corporativa en el CS:GO profesional

Caprotti, P. (1999). *Comunicación corporativa: una estrategia de éxito a corto plazo* (Artículo). Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo, N° 13. Argentina.

Piñuel, J. L. (1997). *Teoría de la Comunicación y Gestión de las Organizaciones*. Madrid: Editorial Síntesis.

Shields, D. (2016). *Thorin's Thougts - Communicating with Valve (CS:GO)* (vídeo). YouTube: @thooorin. Revisado el 23 de abril de 2017: https://www.youtube.com/watch?v=Vrd65uL-X_w

Massonnat, A. (2016). *Coffee and Semmler - The Game Devs and Us* (vídeo). YouTube: @RoomOnFire. Revisado el 23 de abril de 2017: https://www.youtube.com/watch?v=Vrd65uL-X_w

Valve News Network (2017, febrero). *Interview CS:GO Team - Ido Magal & Brian Levinthal*. YouTube: @ValveNewsNetwork. Revisado el 24 de abril de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=0ccjCqOmyPY>

Valve News Network (2017, febrero). *Interview with Gabe Newell*. YouTube: @ValveNewsNetwork. Revisado el 24 de abril de 2017: https://www.youtube.com/watch?v=YpaNnX_9Q5s&t=59s

Walker, R. (2014, febrero). *Community and Communication in Games-As-Services (Steam Dev Days 2014)*. YouTube: @SteamworksDevelopment. Revisado el 26 de abril de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=Fwv1G3WFSfl&t=1828s>

Aced, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Barcelona: Editorial UOC.

1. Presentación de la investigación

Åkerblom, A (2015, febrero). *Spelarnas tankar om FACEIT:s nya regel*. Fragbite. Revisado el 2 de mayo de 2017: <http://fragbite.se/cs/news/36768/spelarnas-tankar-om-faceits-nya-regel#statements>

Berlitom, A. (2014, noviembre). *Reaction from Scream on KQLY being VAC-banned - "He took my fucking place"*. YouTube: @pugtcsco. Revisado el 5 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=vZUQl4eDgm0>

Berlitom, A. (2014, noviembre). *Scream talks about SF and KQLY VAC-Ban | And with who he would like to play*. YouTube: @Foxtale Clan. Revisado el 5 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=RKQml687GFE>

DreamHack (2014, noviembre). *DreamHack Winter 2014 last call qualifier this saturday*. DreamHack.se. Revisado por última vez el 5 de mayo de 2017: <http://www.dreamhack.se/dhw14/2014/11/21/dreamhack-winter-2014-last-call-qualifier-this-saturday/>
DreamHack (2014, noviembre). DreamHack on the cheating scandal (DHW14). YouTube: @pugtcsco. Revisado por última vez el 5 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=QXnFyvXQNzU>

Ehrnberg, B. (2014, noviembre). Pronax on the latest accusations: "It's been horrendous". Aftonbladet Esport. Revisado por última vez el 5 de mayo de 2017: <http://esport.aftonbladet.se/csgo/pronax-latest-accusations-horrendous/>

ESEA (2014, noviembre). *DreamHack Winter - Cloud9 Hiko: "A couple of my teammates are convinced that fnatic cheat"*. YouTube: @ESEA. Revisado por última vez el 5 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=JGb48bYyj20>

Jarząbkowski, J. (2014, octubre). *PASHA: "They told us they (emilio, JW, xelos team) used cheats"*. YouTube: @Quantum. Revisado el 4 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=T379cF9yud8>

Laemey (2014, noviembre). *Interview de fxy0*. Millenium.org. Revisado el 5 de mayo de 2017: <http://www.millenium.org/cs-go/accueil/esport/interview-de-fxy0-interview-csgo-fxy0-cheat-vac-ban-epsilon-dreamhack-valve-118093>

Lewis, R. (2014, diciembre). *PENTA Sports Krystal and fel1x Interview*. YouTube: @Richard Lewis. Revisado el 6 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=a4zs0sidFnE&feature=youtu.be&t=4m>

Lewis, R.; Shields, D. (2016, marzo). *[E37] By The Numbers: CS:GO with Richard Lewis and Thorin | Alphadraft Podcast Episode 37*. YouTube: @AlphaDraft Fantasy eSports. Revisado el 6 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=lDKphmgg4lc&t>

Lewis, R. (2016, septiembre). *CLG, Subroza & Risk Management*. YouTube: @Richard Lewis. Revisado el 9 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=WKiJoo4eCXs>

MIRAA (2012, noviembre). *WRTT out, ESC to face NiP in THOR*. HLTV. Revisado el 2 de mayo de 2017: <https://www.hltv.org/news/9547/wrtt-out-esc-to-face-nip-in-thor>

MIRAA (2012, noviembre). *WRTT react to THOR disqualification*. HLTV. Revisado el 2 de mayo de 2017: <https://www.hltv.org/news/9550/wrtt-react-to-thor-disqualification>

MIRAA (2012, noviembre). *THOR admins on WRTT controversy*. HLTV. Revisado el 2 de mayo de 2017: <https://www.hltv.org/news/9554/thor-admins-on-wrtt-controversy>

MIRAA (2014, noviembre). *fxy0: "KQLY a cheater since 2013"*. HLTV. Revisado el 4 de mayo de 2017: <https://www.hltv.org/news/13662/fxy0-kqly-a-cheater-since-2013>

Mohamad, A. (2016, junio). mOE about flusha. YouTube: @CS:GO. Revisado el 6 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=UqJ7bdLC-Ts>

Newell, G. (2014, febrero). Valve, VAC, and trust. Reddit. Revisado el 12 de febrero de 2017: https://www.reddit.com/r/gaming/comments/1y70ej/valve_vac_and_trust/?st=j3dsc6aj&sh=d4362cba

Nissan, J.; O'Toole, J.; Shields, D. (2016, noviembre). *Counter-Points Episode 21: There's Another Term Called Bitch-Made (ft. steel)*. YouTube: @Thooorin. Revisado el 9 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=Q3KbQg102u4&feature=youtu.be&t>

Ouyang, K. (2014, noviembre). flusha: "I have never cared about the community". Gosugamers.net. Revisado el 6 de mayo de 2017: <http://www.gosugamers.net/counterstrike/news/29209-flusha-i-have-never-cared-about-the-community?comment=804175>

Papillon, R (2014, noviembre). *Shox's thoughts on flusha - Basically he is convinced flusha hacked [MIRROR]*. YouTube: @its.jakc. Revisado el 5 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=QbVRcf0qlr4>

Rattacasa, S. (2016, marzo). *Ryu s reaction to flusha flick - Is there evidence of foul play?*. YouTube: @L4zY | CSGO. Revisado el 7 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=>

EskjbNXbeic

Shields, D. (2014, diciembre). '*Reflections*' with jw. YouTube: @Thooorin. Revisado el 4 de mayo de 2017: https://www.youtube.com/watch?v=U9_Cui82Fok

Shields, D. (2016, junio). *Thorin's Thoughts - Valve Needs a Cheating Expert (CS:GO)* @Thooorin. Revisado el 4 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=5WOtxv8RhNs>

Shields, D. (2016, julio). *Thorin's Thoughts - The Cheating Problem (CS:GO)*. YouTube: @Thooorin. Revisado el 4 de mayo de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=5WOtxv8RhNs>

Titan (2014, noviembre). [sin título]. Facebook: @Titanpro. Revisado el 4 de mayo de 2017: <https://www.facebook.com/titanpro/posts/676427432475588>

Titan (2014, noviembre). Statement Regarding DreamHack Winter 2014. Titan.pro. Revisado el 5 de mayo de 2017:

<http://titan.pro/news/read/Statement-Regarding-DreamHack-Winter-2014/20>

Tovmassian, H. (2014, noviembre). [sin título]. Facebook: @QKLYY. Revisado el 4 de mayo de 2017: <https://www.facebook.com/KQLYY/posts/663241367127259>

Bases de datos y herramientas de análisis:

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC): data.cnmc.es

CS:GO Squad - *Player Ranks Database and Live Game Search*: csgosquad.com

Esports Earnings - *Esports history & statistics*: www.esportsearnings.com

Liquipedia - *Made by the esports community for the esports community*: wiki.teamliquid.net

Newzoo - *Games, Esports & Mobile Market Intelligence*: newzoo.com

ShowBuzzDaily - Entertainment predictions, news & reviews: www.showbuzzdaily.com

SocialBlade - *User analytics made easy for content creators*: socialblade.com

Statista - *The portal for statistics*: www.statista.com

SteamSpy - *All the data and stats about Steam games*: steamspy.com

VII. ANEXOS

- **ANEXO 1:** Datos sobre los jugadores de CS:GO por país (Fuente: elaboración propia, mediante datos extraídos de SteamSpy y Wikipedia)

País	Propietarios (%)	Propietarios (total)	J. Activos (%)	J. Activos (total)	Proyección de la población (1/1/2017)	Propietarios sobre la población (%)	Jugadores activos sobre la población (%)
Estados Unidos	15.07	4,256,943	10.21	909,116	325,318,000	1.31	0.28
Rusia	11.83	3,341,714	11.91	1,060,487	146,823,000	1.53	0.72
Alemania	6.03	1,703,342	5.3	471,921	82,605,000	2.06	0.57
Brasil	5.5	1,553,629	6.84	609,046	207,012,000	0.75	0.29
China	4.78	1,350,244	5.1	454,113	1,381,491,000	0.1	0.03
Polonia	4.64	1,310,698	6.44	573,429	38,434,000	3.41	1.49
Reino Unido	3.76	1,062,117	2.83	251,988	65,893,000	1.61	0.38
Turquía	3.51	991,498	5.05	449,661	79,806,000	1.24	0.56
Francia	3.39	957,600	2.94	261,783	64,494,000	1.48	0.41
Canadá	3.39	957,600	2.61	232,399	36,477,000	2.63	0.64
Suecia	2.64	745,742	3	267,125	9,977,000	7.47	2.68
Australia	2.22	627,101	1.61	143,357	24,260,000	2.58	0.59
Ucrania	1.63	460,439	1.79	159,385	42,594,000	1.08	0.37
España	1.49	420,892	1.51	134,453	46,468,000	0.91	0.29
Dinamarca	1.29	364,396	1.48	131,782	5,753,000	6.33	2.29
Portugal	1.18	333,324	1.74	154,933	10,265,000	3.25	1.51

Japón	1.15	324,850	1.14	101,508	126,905,000	0.26	0.08
Noruega	1.14	322,025	1.07	95,275	5,265,000	6.12	1.81
Países Bajos	1.11	313,550	0.9	80,138	17,029,000	1.84	0.47
Rumanía	1.07	302,251	1.35	120,206	19,659,000	1.54	0.61
Tailandia	1.01	285,303	1.05	93,494	67,526,000	0.42	0.14
Finlandia	0.97	274,003	1.08	96,165	5,505,000	4.98	1.75
República Checa	0.88	248,581	1.14	101,508	10,573,000	2.35	0.96
Argentina	0.81	228,807	1.16	103,288	43,823,000	0.52	0.24
Italia	0.76	214,683	0.58	51,644	60,674,000	0.35	0.09
Corea del Sur	0.69	194,910	0.42	37,397	51,670,000	0.38	0.1
Bélgica	0.64	180,786	0.54	46,301	11,359,000	1.59	0.41
Hungría	0.63	177,961	0.85	75,685	9,805,000	1.82	0.77
Indonesia	0.62	175,136	0.67	59,658	260,238,000	0.07	0.02
Bielorrusia	0.56	158,188	0.71	63,220	9,508,000	1.66	0.66
Otros	15.61		16.98				

País: los países aparecen por orden según el tanto por ciento de propietarios del videojuego CS:GO que hay en cada uno. Siguiendo ese dato en sentido descendente, se muestran 30 países y el resto quedan dentro de 'Otros'. Datos obtenidos de la aplicación de estadística SteamSpy.

Propietarios (%): este dato muestra el tanto por ciento de propietarios en cada país sobre el número total de propietarios, que hasta el 17 de abril de 2017 eran 28,2 millones en todo el mundo. Datos obtenidos de la aplicación de estadística SteamSpy.

Propietarios (total): este dato muestra el número total de personas que poseen una copia del videojuego CS:GO en cada país. Dato calculado personalmente, a partir del tanto por ciento de propietarios en cada país y del número total de propietarios en ese momento (28,2 millones).

Jugadores Activos (%): este dato muestra el tanto por ciento de jugadores activos en cada país sobre el número total de jugadores activos, que entre el 3 y el 17 de abril de 2017 fueron 8,904,175 personas. Dato extraído de la aplicación SteamSpy, la cual considera a un jugador activo si ha jugado en algún momento durante las últimas dos semanas.

Jugadores Activos (total): este dato muestra el número total de personas que jugaron entre el 3 y el 17 de abril de 2017 en cada país. Dato calculado personalmente, a partir del tanto por ciento de jugadores activos en cada país y el número total de jugadores activos en ese momento (8,904,175 personas).

Proyección de la población 1/1/2017: este dato muestra el número de personas en cada país, según la proyección exponencial de la población para el 1 de enero de 2017. Dicha proyección está basada estrictamente en los últimos censos o estimados oficiales. Datos obtenidos de Wikipedia.

Propietarios sobre la población (%): este dato muestra el tanto por ciento (aproximado) de la población que es propietaria del videojuego CS:GO. Dato calculado personalmente, a partir del total de propietarios en cada país el 17 de abril y la proyección de la población en el mismo.

Jugadores Activos sobre la población (%): este dato muestra el tanto por ciento (aproximado) de la población que juega activamente al videojuego CS:GO. Dato calculado personalmente, a partir del total de jugadores activos en cada país entre el 3 y el 17 de abril y la proyección de la población en el mismo.

- **ANEXO 2:** Encuesta realizada como herramienta de estudio mediante Murvey.

1. ¿Dónde resides habitualmente?
<input type="checkbox"/> España <input type="checkbox"/> Otro país
2. ¿Eres hombre o mujer?
<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer
3. ¿Qué edad tienes?
<input type="checkbox"/> 15 años o menos <input type="checkbox"/> Entre 16 y 20 años <input type="checkbox"/> Entre 21 y 25 años <input type="checkbox"/> Entre 26 y 30 años <input type="checkbox"/> Entre 31 y 35 años <input type="checkbox"/> 36 años o más
4. ¿Tienes en tu posesión el videojuego Counter-Strike: Global Offensive?

- Sí
- No

5. ¿Con qué frecuencia has jugado en 2017 a CSGO?

Nota: si varía mucho entre temporadas, trata de hacer una media mental aproximada.

- Cada día o casi cada día
- Entre 2 y 4 veces a la semana
- Entre 1 y 4 veces en dos semanas
- 2 veces al mes o menos
- No he jugado en este tiempo

6. ¿Has jugado a CSGO o lo has iniciado en las últimas dos semanas?

- Sí
- No

7. ¿Qué rango eres actualmente en CSGO?

- Unranked (sin rango)
- Entre Silver I y Silver Elite Master
- Entre Gold Nova I y Gold Nova Master
- Entre Master Guardian I y Distinguished Master Guardian
- Legendary Eagle o Legendary Eagle Master
- Supreme Master First Class
- Global Elite

8. ¿Sigues la actualidad de la escena profesional de CSGO?

- Habitualmente, sí
- De vez en cuando, sí
- Casi nunca
- No

9. ¿Qué medios utilizas habitualmente para estar informado de la escena competitiva de CSGO?

- HLTV
- Reddit
- Mediavida
- Twitter
- Facebook
- Otro/s (especifica cuales)

10. ¿Has utilizado 'cheats' alguna vez en CSGO?

- Sí
- No

11. ¿Has recibido un VAC ban alguna vez en CSGO?

- Sí
- No

<p>12. Tu opinión sobre los cheats en la escena profesional, si los hubiera, sería...</p> <p><input type="checkbox"/> Completamente negativa, me parecería fatal <input type="checkbox"/> Relativamente negativa, me parecería mal pero lo podría disculpar <input type="checkbox"/> Neutra, no me importa o no tengo opinión sobre este tema <input type="checkbox"/> Relativamente positiva, me parecería bien pero no lo mejor <input type="checkbox"/> Completamente positiva, me parecería fantástico</p>
<p>13. ¿Con qué frecuencia ves acusaciones de 'cheating' a jugadores profesionales?</p> <p><input type="checkbox"/> Una vez a la semana o más <input type="checkbox"/> Una vez cada dos semanas <input type="checkbox"/> Una o dos veces al mes <input type="checkbox"/> Una vez cada dos meses o menos <input type="checkbox"/> Nunca o casi nunca</p>
<p>14. Personalmente, ¿crees que las acusaciones de 'cheating' a jugadores profesionales pueden estar en lo correcto?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, la mayoría <input type="checkbox"/> Sí, bastantes <input type="checkbox"/> Sí, alguna/s <input type="checkbox"/> No, ninguna <input type="checkbox"/> No tengo una opinión al respecto</p>
<p>15. ¿Qué opinas de las medidas implementadas para evitar el posible 'cheating'?</p> <p><input type="checkbox"/> Son suficientes <input type="checkbox"/> Son insuficiente <input type="checkbox"/> No tengo una opinión al respecto porque no las conozco lo suficiente <input type="checkbox"/> No tengo una opinión al respecto por otros motivos</p>
<p>16. Las acusaciones o indicios de 'cheating' relacionados con el juego a nivel profesional, ¿empeoran de alguna manera tu experiencia como aficionado?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
<p>17. ¿Y como jugador?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
<p>18. La incertidumbre sobre que existan o no 'cheaters' en la escena competitiva de CSGO es...</p> <p><input type="checkbox"/> Uno de los mayores problemas del juego <input type="checkbox"/> Un problema, pero no de los mayores <input type="checkbox"/> No tiene mucha relevancia <input type="checkbox"/> No tiene ninguna relevancia <input type="checkbox"/> No tengo una opinión al respecto</p>
<p>19. Si alguno de estos actores afirmara mañana que el 'cheating' existe a nivel profesional, ¿qué relevancia tendría para ti? Marca el valor que creas, teniendo en cuenta que:</p>

1 = nula relevancia
2 = baja relevancia
3 = no sabe / no contesta
4 = alta relevancia
5 = máxima relevancia

	1	2	3	4	5
Jugadores profesionales					
Comunidad de aficionados y jugadores amateurs	<input type="radio"/>				
Organizaciones profesionales (OpTic, Astralis, NiP, etc.)	<input type="radio"/>				
Comentaristas o 'casters' y analistas	<input type="radio"/>				
Entidades organizadoras de eventos y ligas (ESL, eLeague, etc.)	<input type="radio"/>				
Entidad desarrolladora del videojuego (Valve)	<input type="radio"/>				

20. Si el 'cheating fuera demostrado y abundante en la escena profesional, me sentiría decepcionado con...

- Jugadores profesionales
- Organizaciones profesionales (OpTic, Astralis, NiP, etc.)
- Comentaristas o 'casters' y analistas (Thorin, Lewis, Anders, Semmler, etc.)
- Entidades organizadoras de eventos, torneos y ligas (ESL, eLeague, etc.)
- Entidad desarrolladora del videojuego (Valve)
- Nadie
- Otro: especificar cuál