

Artículo de Investigación

Recopilación de ARG entre los años 2001 y 2021: consolidando el estatus de un *rara avis* audiovisual y publicitario

Collection of ARGs between 2001 and 2021: consolidating the status of an audiovisual and advertising *rara avis*

David Ruiz-García¹: Universidad de Sevilla, España.

druiz6@us.es

Guadalupe Meléndez González-Haba: Universidad de Cádiz, España.

guadalupe.melendez@uca.es

Fecha de Recepción: 26/11/2024

Fecha de Aceptación: 27/12/2024

Fecha de Publicación: 01/01/2025

Cómo citar el artículo

Ruiz-García, D. y Meléndez González-Haba, G. (2025). Revisión histórica del género ARG entre los años 2001 y 2021: consolidando el estatus de un *rara avis* audiovisual y publicitario [Historical review of the ARG genre between 2001 and 2021: consolidating the status of an audiovisual and advertising *rara avis*]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-21. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-308>

Resumen

Introducción: Los juegos de realidad alternativa (ARG) presentan grandes variabilidades en cuanto a sus objetivos y las estructuras sobre las que se articulan, lo que ha dificultado desde su origen la posibilidad de componer un marco teórico y de análisis sólido, ya sea desde una perspectiva cuantitativa o cualitativa. **Objetivos:** En esta investigación se busca la composición de una base de datos de ARG desde ese doble prisma, el cuantitativo y el cualitativo, en torno a cuestiones como su evolución cronológica o su producción territorial. **Metodología:** La metodología aplicada parte de una exhaustiva revisión bibliográfica para posteriormente organizar y clasificar los resultados en torno a una serie de variables de análisis, y basándonos en el modelo gráfico de los componentes fundamentales de los juegos de realidad alternativa. **Resultados:** Los resultados arrojan una serie de asimetrías en el

¹ Autor Correspondiente: David Ruiz-García. Universidad de Sevilla (España).

análisis de casos, que llevan a plantearse la permeabilidad del escenario a una cierta monitorización, pero a la vez desafiando constantemente las características que lo acotan. **Conclusiones:** Como conclusión, se encuentra un importante desajuste entre nombre y concepto, lo que debería conllevar a la reflexión semántica y taxonómica, planteando incluso una posible transformación nominal.

Palabras clave: juegos de realidad alternativa; ARG; transmedia; branded content; hibridación; convergencia mediática; publicidad; ludonarrativa.

Abstract

Introduction: Alternate Reality Games (ARGs) present great variability in terms of their objectives and the structures on which they are articulated, which has made it difficult from their origin to compose a solid theoretical and analytical framework, whether from a quantitative or qualitative perspective. **Objectives:** The aim of this research is to compose a database of ARGs from this double prism, quantitative and qualitative, on questions such as their chronological evolution or their territorial production. **Methodology:** The methodology applied is based on an exhaustive bibliographical review in order to subsequently organise and classify the results around a series of analysis variables and based on the graphic model of the fundamental components of alternative reality games. **Results:** The results show a series of asymmetries in the analysis of cases, which lead us to consider the permeability of the scenario to a certain degree of monitoring, but at the same time constantly challenging the characteristics that limit it. **Conclusions:** As a conclusion, a significant mismatch between name and concept is found, which should lead to semantic and taxonomic reflection, even posing a possible nominal transformation.

Keywords: alternate reality games; ARG; transmedia; branded content; hybridization; media convergence; advertisement; ludonarrative.

1. Introducción

Los juegos de realidad alternativa, *alternate reality games* o ARG por sus siglas en inglés son una tipología de dispositivos ludonarrativos nacidos a comienzos de la década del 2000 como un elocuente producto de su época, aquella de incunables digitales (Murray, 1997), de transformación tecnológica y de colonización doméstica de Internet. Los ARG son, pues, el fruto de un caldo de cultivo propicio que ejemplifica como pocos el *ethos* de la convergencia mediática y que, a pesar de todo, resulta mayoritariamente desconocido.

Varios conceptos son consustanciales al concepto mismo de juego de realidad alternativa. Uno de ellos es el de hibridación, que revela su recurrente y no siempre deliberada tendencia a la mezcla, y que explica su dificultad en la delimitación de unas fronteras sólidas (Stacey, 2006). Otros conceptos claves son los de polivalencia y naturaleza poliédrica, ambos necesarios para entenderlos como un fenómeno variable y dispar según se observe o como una figura geométrica de múltiples caras, con un resultado distinto según la perspectiva que se tome.

Los ARG muestran múltiples y muy dispares facetas. Para algunos autores son sustancialmente piezas creativas con objetivos publicitarios que sirven para la promoción de un determinado producto o servicio (Askwith, 2006; Martin *et al.*, 2006), como forma peculiar dentro del paradigma del *advergaming* (Selva Ruiz, 2009; Vashisht *et al.*, 2019). Para otros, pueden tomar el aspecto de dispositivos lúdicos con objetivo intrínseco, producciones creadas sin mayor ambición que el mero juego por el juego (Szulborski, 2005, 2006).

Los ARG también pueden ser juegos ofertados en catálogo, experimentados tras la adquisición por parte del jugador (Palmer, Petroski, 2016). O herramientas de gamificación (Wilkinson, 2015; Ortiz-Colón *et al.*, 2018), o formas determinadas a propiciar cambios sustanciales a nivel personal o social, de sensibilización, de motivación o de aprendizaje (Arrojo, 2013; Piñeiro-Otero, Costa-Sánchez, 2015).

La variedad de propósitos y praxis de los ARG dibuja a su vez un panorama de variados disensos: para cada investigador los ARG parecen ser solo una cosa, respondiendo en exclusiva a una de las descripciones y soslayando el resto de perspectivas. Por si fuera poco, y como fruto de una naturaleza esencialmente efímera que dificulta el registro de casos, nos encontramos con una dispersión de fuentes y con la inexistencia de un estatuto prescriptivo consensuado por la comunidad de lo que caracteriza fundamentalmente a un ARG, de lo que es un juego de realidad alternativa y lo que no.

Esta suma de circunstancias termina planteando un escenario caótico y precario donde los investigadores se acercan a tientas al fenómeno careciendo del más elemental asidero, un archivo panorámico y actualizado de casos, lo que a su vez abunda en una situación de déficit epistemológico y el consecuente estancamiento del género.

1.1. Investigaciones previas y estado de la cuestión

Tres son fundamentalmente las perspectivas de análisis que se han tomado respecto a los ARG desde su nacimiento.

La primera perspectiva de análisis la toman aquellos que describen el fenómeno de forma parcial, haciendo pivotar todo el aparato ARG sobre una de sus facetas y eludiendo su naturaleza ambivalente. Esta visión, patente en los acercamientos desde plataformas generalistas, en reseñas de revistas tecnológicas o en artículos periodísticos del ámbito del entretenimiento, aunque también observable en reflexiones desde el ámbito de la Academia, en investigaciones de temas periféricos o incluso en ciertos estudios de los ARG con una focalización muy específica, refleja el mismo resultado, una visión incompleta o deficitaria, aunque por diferentes motivos.

No es lo mismo definir los ARG de forma parcial por basarse en aseveraciones comunes prestadas, como puede observarse en ciertos abordajes periodísticos con poco ánimo de profundización, que hacerlo con la profundidad de aquellos foreros/investigadores que durante veinte años se ocuparon en definir el género en tiempo real, con una definición definitiva cada mes, enfrentada a la definición definitiva del mes anterior, y completamente opuesta a la futura definición definitiva del mes siguiente.

Las definiciones de Miguel Trula (2017), Rodríguez (2015) Torrebejano (2019), Zabaleta (2022) o Gabarri (2018) podrían ser ejemplos de acercamientos superficiales, con poca panorámica y calado. Las definiciones de Jenkins (2006), McGonigal (2005), (2020), Scolari (2013) o cualquiera de los participantes, blogueros y foreros de las webs www.argnet.com y www.unfiction.com podrían resultar ejemplos de acercamientos parciales pero por estar condicionados a un momento evolutivo del género o una focalización específica del mismo.

En la segunda perspectiva de análisis, ejemplificada por los estudios de Barlow (2006), McGonigal (2011) Askwith (2006) y Ruiz-García (2021), los investigadores articulan una serie de taxonomías que abordan diferentes facetas de los ARG.

Si bien estos acercamientos demuestran mayor panorámica, tampoco responden al problema de cuáles son esos mimbres básicos que sostienen al aparato ARG, volviendo a las definiciones parciales y, eso sí, añadiendo varios subtipos fijos (y de nuevo dispares).

Por último, existe un tercer grupo de investigadores que más que delimitar o definir, prefieren poner el foco en la dificultad de definición del género, aglutinando una amalgama de características más o menos presentes que determinarían en esencia el dispositivo, Szulborski (2005), (2006), Stacey (2006), Palmer y Petroski (2016) o Ruiz-García (2022).

Tabla 1.

Las tres perspectivas de análisis sobre los ARG

Focalización	Autores
Parcial	Periodismo generalista o especializado: Miguel Trula (2017), Rodríguez (2015) Torrebejano (2019), Zabaleta (2022) o Gabarri (2018). Foros especializados y acercamientos académicos: Jenkins (2006), McGonigal (2005), (2020), Scolari (2013).
Taxonómica	Barlow (2006), McGonigal (2011) Askwith (2006) y Ruiz-García (2021).
Disruptiva	Szulborski (2005), (2006), Stacey (2006), Palmer y Petroski (2016) o Ruiz-García (2022).

Fuente: Elaboración propia (2024).

2. Objetivos

Esta investigación pretende varios objetivos (Tabla 2). El objetivo general (OG) es realizar un inventariado de la población ARG desde el año 2001, año en el que se sitúa el lanzamiento del comúnmente reconocido como primer caso, *The Beast* (42Entertainment), hasta el año 2021, coincidiendo con el vigésimo aniversario del género.

Este ejercicio compilatorio nace motivado por el vacío existente en cuanto a un registro central de casos y tiene vocación de servir como archivo general al alcance de cualquier investigador.

Tabla 2.

Objetivos de la investigación

OG	Inventariar ARG para componer un archivo general del fenómeno.
OE1	Observar la evolución cuantitativa del ARG.
OE2	Evaluar la expansión territorial del ARG.
OE3	Conocer la evolución morfológica del ARG.

Fuente: Elaboración propia (2024).

A partir del objetivo general, se establecen una serie de objetivos específicos que permitirán profundizar en diferentes aspectos del género ARG.

El primer objetivo específico, (OE1), pretende analizar la evolución en cuanto a la producción de ARG a lo largo de los años, estableciendo una clasificación cronológica del género por etapas de auge, sostenimiento o declive en función del número de casos descubierto.

El segundo objetivo específico (OE2) busca evaluar la evolución en cuanto al ámbito geográfico o de expansión del género a lo largo de los años, estableciendo una suerte de perímetro territorial dentro del cual su influencia sería más relevante.

El tercer objetivo específico (OE3) pretende analizar la evolución en cuanto a la morfología de los ARG a lo largo de los años, evaluando el predominio de diferentes tipologías con sus respectivos propósitos.

3. Metodología

Para conseguir el objetivo principal propuesto se opta por una revisión bibliográfica exhaustiva sobre el corpus literario completo de los ARG. Se pretende aquí recopilar todos los casos ARG referenciados, ya sea por voces académicas acreditadas, por periodismo generalista o especializado, por blogs, foros o por cualquier medio.

Dada la extrema dispersión de las fuentes y la ambigüedad que en numerosas ocasiones demuestra la consideración o no de los ARG como tales, es prioritario seguir un proceso de criba para llegar a la obtención de una muestra adecuada. Por ello, primero, se establece un perímetro de acción, después, se analiza qué habita del dicho perímetro, posteriormente, se le aplican criterios de selección y, finalmente, se acomete el ejercicio compilatorio.

El proceso de selección parte de tres perspectivas de análisis:

- La dimensión ontológica de los juegos de realidad alternativa, sus definiciones y descripciones como artefactos ludonarrativos.
- La consideración de sus componentes canónicos, a saber, TINAG (*This is not a game*), *puppetmaster*, *rabbitholes* y *the curtain*.
- Las taxonomías o clasificaciones en subtipos del genérico ARG.
- La evolución cronológica de cada uno de los subtipos y del etiquetado principal.

Las fuentes proveedoras son variadas y proceden de diferentes ámbitos:

Tabla 3.

Resumen de fuentes consultadas

www.argnet.com Blog principal de noticias sobre el género ARG. Del mismo se han analizado la totalidad de los 1136 posts escritos desde su puesta en marcha en octubre de 2002 hasta diciembre de 2021.
www.unfiction.com y www.argeology.com Websites especializadas con foros y reseñas sobre el género.
Youtube, Wikipedia, https://www.encyclopedia.com , https://www.gamedeveloper.com , https://www.gamesindustry.biz , https://wiki.alquds.edu , https://www.engadget.com , www.medialabs.es , entre otros. Plataformas y webs generalistas y especializadas en temas periféricos a los ARG, con especial atención a aquellas relacionadas con el mundo de los videojuegos y la tecnología.
Blogs personales de investigadores y diseñadores de ARG. Christy Dena, Jane McGonigal, Sean Steward y Henry Jenkins.
Literatura científica, artículos y tesis doctorales. Aquí se han revisado los trabajos de Dave Szulborski (2005, 2006), Martin y Thompson (2006), Jane McGonigal (2011), Piñeiro-Otero y Costa Sánchez (2012), Arrojo (2013), Palmer y Petroski (2016), Connolly <i>et al.</i> (2011), Hue <i>et al.</i> (2016), entre otros.
Literatura especializada y divulgativa, compuesta en muchos casos por trabajos escritos por los propios diseñadores de ARG.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Una vez establecido el perímetro, se da lugar a la organización y clasificación de todo lo que habita dentro de él. Dicha clasificación, que seguirá en primer lugar un orden cronológico, desde el año 2001 al año 2021, es además determinada por dos criterios que nos servirán para llevar a cabo la selección final de casos:

- El primero, un criterio de selección de naturaleza extrínseca. Se seleccionarán todos los casos etiquetados como “juegos de realidad alternativa” o “ARG” por parte de aquellos que se refieren al fenómeno, como ya establecimos, periodistas, investigadores, creativos publicitarios o divulgadores.
- El segundo, un criterio de naturaleza intrínseca. Seleccionaremos todos los casos perimetrados dentro del marco de categorías básicas referencial (fig. 1 y 2). que servirá para delimitar qué es un ARG y qué no, definiendo y describiendo sus ingredientes fundamentales.

En esta fase se tienen como referencia dos modelos, el primero el modelo de ingredientes fundamentales de los juegos de realidad alternativa propuesto por Ruiz-García en 2022:

Figura 1.

Ingredientes fundamentales de los ARG



Fuente: Ruiz-García (2022).

En este modelo, el autor determina la existencia de cuatro componentes básicos en la anatomía de los juegos de realidad alternativa, algo que será condición *sine qua non* para la selección final de casos:

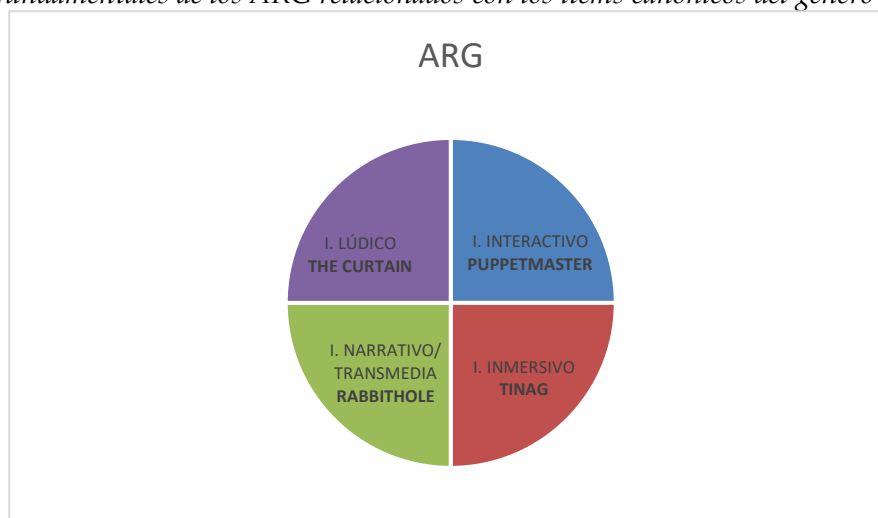
- Ingrediente lúdico. Todos los investigadores consultados parecen determinar que los ARG son juegos, en el sentido en que definen los juegos autores como Huizinga (2007), Caillois (1986) o McGonigal (2011). El objetivo, la reglamentación, los marcadores de progreso y todo aquello que sustenta el reto lúdico es siempre relevante en las definiciones del género.

- Ingrediente interactivo. Todos los acercamientos consultados consideran los ARG como dispositivos interactivos en los que el jugador, además, tiene un papel de relativa coautoría o, al menos, cuenta con posibilidades significativas de intervención en la deriva del dispositivo.
- Ingrediente inmersivo. La definición de los ARG como juegos inmersivos se basa fundamentalmente en la negación de su estatuto lúdico y en su camuflaje en el mundo real como si fueran parte propia de este.
- Ingrediente narrativo e ingrediente transmedia. El componente narrativo en los ARG es tratado por casi todos los autores como aquel que en mayor grado define al dispositivo en contraste con otras formas aledañas. También cabe poner de relieve la naturaleza transmedia de los ARG como dispositivos narrativos que utilizan diferentes medios para corporizarse y que, de acuerdo con su etiqueta, buscan la expansión a través de mecanismos de participación activa de los usuarios.

El segundo modelo de referencia es una ampliación del primero, donde se ponen en contacto los ingredientes básicos con ciertos elementos considerados tradicionales o canónicos del género ARG:

Figura 2.

Ingredientes fundamentales de los ARG relacionados con los ítems canónicos del género



Fuente: Elaboración propia (2024).

Estos conceptos considerados oriundos del género y más o menos operativos son:

- *Puppetmaster* o titiritero. Los creadores, escritores y desarrolladores considerados tradicionalmente responsables de plantear las líneas maestras, escribir la historia y diseñar los elementos de juego, mecánicas, puzzles y subtramas, modificándolos en función de las interacciones de los jugadores.
- *Rabbithole*, *trailhead* o agujero de conejo. Son los puntos de entrada al juego, las puertas al universo diegético. Pueden ser conocidas por los jugadores o pueden aparecer disfrazadas de anomalías en la rutina del jugador.

- *The curtain* o la cortina. La cortina se define por el espacio que separa a los jugadores de los titiriteros, una metáfora de la distancia entre lo diegético y lo real. Como matiz específico se enlaza la cortina con el ingrediente lúdico, estableciendo aquella un espacio metacomunicacional diferente y con más o menos distancia del espacio de juego.
- TINAG. Acrónimo de *This is not a game*. Lema en el que tradicionalmente cristaliza la negación de su propio estatuto lúdico y que sienta las bases del sistema mecánico y de reglas de los ARG, fundando la estética que rige una gran parte de los juegos de realidad alternativa. El mencionado ítem es, además, el encargado de ejemplificar la concepción del dispositivo como un ente fronterizo entre la realidad y la ficción, lo que podría compadecerse con la fenomenología de la posverdad y las *fake news* (Gómez-Rogriguez, González Reyes, 2022), si no fuera por las profusas argumentaciones a favor de su *honestidad* como género ludonarrativo (Dena, 2007).

Así como la existencia de ingredientes fundamentales en la anatomía de los ARG es considerada necesaria para la selección de casos, no lo es la existencia *stricto sensu* de los mencionados conceptos peculiares del género. Si bien estos resultan necesarios para entender el fenómeno ARG, sobre todo en cuanto a su tradición, es igualmente necesario poner cada concepto en contexto y atender a su evolución, tal y como hace Ruiz-García descubriendo nuevas influencias de aquellos en la concepción actual del género.

Una vez evaluada toda la literatura, dispuesto y organizado el marco de análisis, aplicados todos los criterios, considerados los ingredientes fundamentales, los conceptos oriundos fundacionales del género y sus matices evolutivos, procedemos a la selección de casos final.

Tabla 4.

Metodología respecto a objetivo principal

OG. Inventariar ARG para componer un archivo general del fenómeno.	M Realización de una revisión bibliográfica, previa selección de casos adecuada.
--	--

Fuente: Elaboración propia (2024).

Respecto a los objetivos específicos y teniendo en cuenta el abordaje metodológico planteado, se han diseñado una serie de variables de análisis (V) para alcanzarlos.

En el primer caso (V1) se trata de evaluar la producción total de casos por año, con el propósito final de ordenar por etapas la historia del género. Este ejercicio, que no pretende definir una cronología excesivamente pormenorizada, sí que busca al menos promover la definición de posibles periodos de auge, sostenimiento o declive del género, además de predecir posibles derivas en los próximos años. Esta variable se basa en los criterios *año* y *número total de casos*.

La segunda variable (V2) comparará la producción de ARG en su país de nacimiento, Estados Unidos, frente a la producción en otros países, evaluando con ello la expansión del género o su adscripción a su localización o cultura seminal. Esta variable parte de los criterios *año*, *número total de casos*, *número de casos registrados en Estados Unidos* y *número de casos registrados fuera de Estados Unidos*.

Por último, la tercera variable (V3) contrastará la evolución cuantitativa de cuatro tipologías de ARG, siguiendo la taxonomía de Ruiz-García (2022) y midiendo con ello el predominio de cualquiera de ellas sobre el resto.

Tabla 5.*Taxonomía de los ARG*

TAXONOMÍA ARG			
ARG AUTOTÉLICOS	ARG SATÉLITES	ARG COMERCIALES	ARG FUNCIONALES
Canónicos Apropiacionistas De estilo libre	Publicitario De extensión narrativa	Permanente Eventual	Capacitacionales De espíritu crítico Didácticos

Fuente: Ruiz-García (2022).

Esta variable se basa en los criterios *año, número total de casos, número de casos tipología autotélica, número de casos tipología satélite, número de casos tipología comercial, número de casos tipología funcional.*

Tabla 6.*Variables de estudio*

Objetivo específico	Variables de análisis
OE1. Observar la evolución cuantitativa del ARG	V1 Medición de número de ARG por años y clasificación por etapas.
OE2. Evaluar la expansión territorial del ARG	V2 Medición de número de ARG por años y por lugar de origen de la producción
OE3. Conocer la evolución morfológica del ARG	V3 Medición de número de ARG por años y por tipologías.

Fuente: Elaboración propia (2024).

4. Resultados

4.1 Evolución cuantitativa y clasificación por etapas del género

El primer análisis de los datos se fija en un criterio cuantitativo que establece la producción de ARG por todos los años analizados (Tabla 7).

Tabla 7.*Listado de ARG entre 2001-2021*

AÑO	NÚMERO TOTAL DE ARG
2001	6
2002	14
2003	2
2004	12
2005	25
2006	51
2007	55
2008	57
2009	55
2010	42
2011	39
2012	23
2013	8
2014	6
2015	9
2016	13
2017	4

2018	6
2019	5
2020	6
2021	5
TOTAL	443

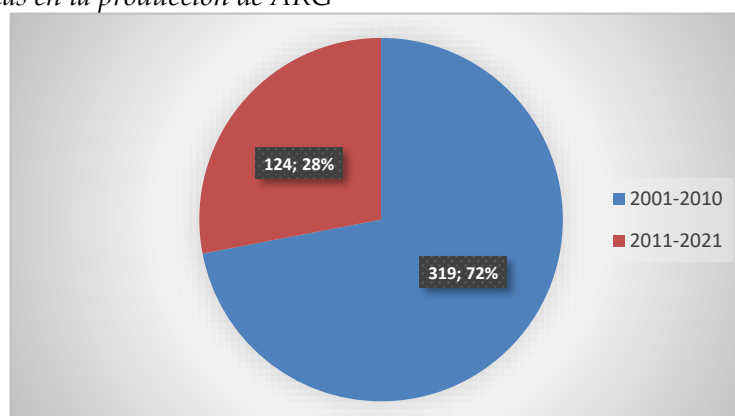
Fuente: Elaboración propia (2024)

Los datos obtenidos representan el número total de ARG descubiertos y son la expresión cuantitativa de la base de datos completa, que puede consultarse en <https://figshare.com/s/d4a718322c07f01e345b>

En primer lugar y, tal y como se refleja en la figura 3, toma foco el volumen total de producción de ARG en los veintiún años analizados. Esta cifra resulta ser de 443 casos, un dato que en promedio significaría una producción de 22 ARG al año desde el 2001 y que es matizado al comprobar el segundo resultado llamativo, el volumen de la primera década con respecto a la segunda, 319 ARG desde 2001 a 2010, frente a los 124 de 2011 a 2021.

Figura 3.

Comparación por décadas en la producción de ARG

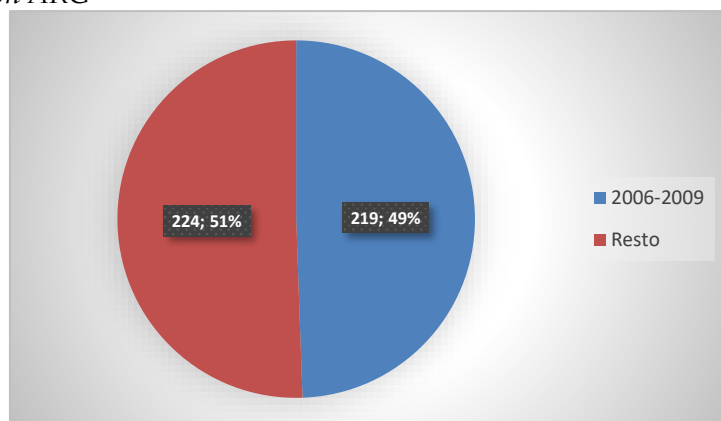


Fuente: Elaboración propia (2024)

Yendo aún más lejos, se puede observar cómo en solo cuatro años, desde 2006 a 2009, se hayan producido casi el 50% de todos los ARG registrados, tal y como se puede observar en la figura 4.

Figura 4.

Años de mayor producción ARG



Fuente: Elaboración propia (2024).

De 2006 a 2009 encontramos los años de mayor producción y a partir de ahí los números decaen hasta el 2013, donde se mantienen en menos de una decena hasta el 2021 (exceptuando el año 2016 donde encontramos 13 casos). El año 2003 es especialmente llamativo pues en él se referencian muy pocos casos respecto a los ejemplos de los años anteriores y posteriores.

Estos números arrojan resultados que pueden ser relevantes. En primer lugar, llama la atención la limitada cantidad total de ARG descubierta, lo que revela a su vez una producción que bien podría calificarse de, al menos, precaria en términos numéricos. Tratándose de un género con más de veinte años de historia, con producciones de cierto calado y, de hecho, nacido al calor de la industria publicitaria, parece relevante que la producción total sea de 443 casos, distribuidos, además, de forma muy irregular.

En relación a esto mismo, podría hablarse de un desarrollo del género en términos generales dividido en dos grandes etapas:

- Etapa de auge (2001-2012).
- Etapa de declive (2013-2021).

En la etapa de auge, además, podría identificarse una fase de especial notoriedad numérica, de 2006 a 2009, lo que quizás podría identificarse como una suerte de *años dorados* del género.

En la etapa de declive llama la atención lo abrupto de su aparición, que pasa de 23 casos en 2012 a 8 en 2013, y el posterior número de ARG producidos, cantidades prácticamente idénticas a lo largo de los siguientes años hasta llegar a 2021, y que, si bien revela una tendencia a la mengua, no tiene porqué ser sinónimo de inmediato final.

De hecho, la naturaleza imprevisible del género parece tomar forma en los números recogidos en determinados años. Por ejemplo, nada hacía prever que, en 2003, fase germinal de los ARG, solo se encontrasen 2 casos, o que en 2016, en plena etapa de declive, se hallasen 13. Quizás esto demuestre que se ha de ser cauto con las predicciones respecto a un género acostumbrado a la sorpresa.

4.2. Evolución territorial de producción del género

Con relación a la evolución que ha tenido el fenómeno a nivel territorial, se parte de un análisis en el que se identifican los ARG de EE. UU., y los del resto del mundo (Tabla 8).

Tabla 8.

Listado de ARG por lugar de producción entre 2001-2021

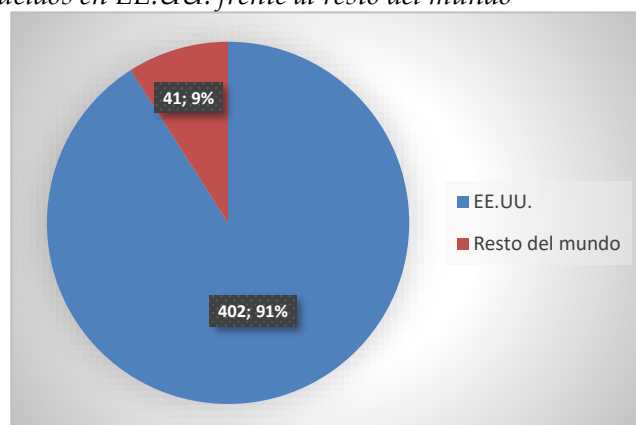
AÑO	NÚMERO TOTAL DE ARG	EE.UU.	RESTO DEL MUNDO
2001	6	6	0
2002	14	14	0
2003	2	2	0
2004	12	13	1
2005	25	24	1
2006	51	46	5
2007	55	41	14
2008	57	54	3
2009	55	48	7
2010	42	39	3
2011	39	36	3
2012	23	22	1
2013	8	8	0
2014	6	6	0
2015	9	9	0
2016	13	13	0
2017	4	4	0
2018	6	6	0
2019	5	4	1
2020	6	5	1
2021	5	4	1
TOTAL	443	402	41

Fuente: Elaboración propia (2024)

Encontramos relevante la cantidad de ARG producidos en EE.UU, más del 90% de los casos, frente a los ARG producidos en el resto del mundo, estos últimos aproximadamente unos 41 del total de 443, lo que apenas alcanzan el 9% del total (Figura 5). Importante atender que EEUU ha tenido producción de ARG todos los años analizados, mientras que en el resto de países encontramos años en los que no ha habido producción alguna.

Figura 5.

Comparativa de ARG producidos en EE.UU. frente al resto del mundo



Fuente: Elaboración propia.

Los años 2007 y 2009 son los que tienen más casos registrados y el resto de años presentan un registro de casos marginal. Esto parece indicar una clara dificultad de exportación del género, adscrito a su lugar de origen y solo notable fuera de dichas fronteras en contadas ocasiones.

Según los datos recabados podría decirse que los ARG son un fenómeno fundamentalmente estadounidense. Esto quizás podría estar relacionado con la naturaleza del país como pionero en investigación tecnológica, en desarrollo e investigación de nuevas formas publicitarias o con el poder de sus industrias culturales, pues no puede olvidarse la importante conexión que une a los ARG con, por ejemplo, la industria del cine, las series, la literatura o la música, como herramientas de promoción o de expansión de sus universos.

4.3. Evolución por tipología del género

Los resultados de la tercera y última variable, que atendía a la tipología de género, observamos la clasificación en 4 posibles ARG, tal y como muestra la Tabla 9.

Tabla 9.

Listado de ARG por tipología entre 2001-2021

AÑO	NÚMERO TOTAL DE ARG	ARG AUTOTÉLICO	ARG SATÉLITE	ARG COMERCIAL	ARG FUNCIONAL
2001	6	4	2	0	0
2002	14	10	3	1	0
2003	2	2	0	0	0
2004	12	7	4	0	1
2005	25	14	7	1	3
2006	51	24	24	0	3
2007	55	22	27	0	6
2008	57	18	28	0	11
2009	55	17	21	0	17
2010	42	12	16	0	14
2011	39	14	14	0	11
2012	23	4	10	1	8
2013	8	4	3	0	1
2014	6	1	2	1	2
2015	9	3	1	0	5

2016	13	4	7	1	1
2017	4	1	2	0	1
2018	6	3	3	0	0
2019	5	1	3	1	0
2020	6	1	3	0	2
2021	5	3	2	0	0
TOTAL	443	169	182	6	86

Fuente: Elaboración propia (2024).

La primera reflexión que suscitan los datos recabados es que los ARG denominados satélites, aquellos con intención promocional o de expansión de la narrativa, son los más numerosos, siendo además los primeros en aparecer (McGonigal, 2003). Fue The Beast el ARG pionero, el que marcaría el camino a los demás, y por lo analizado, parece que posteriormente este tipo de ARG seguiría marcando los pasos del resto. Las razones son varias.

Para empezar, son los ARG con más presupuesto y con más notoriedad mediática pues, por definición, se articulan adheridos a otra producción, normalmente de gran popularidad (como el caso del propio The Beast respecto a la película de Steven Spielberg de la cual partía, *Inteligencia Artificial*, 2001). También cabe destacar que los ARG satélites son los más fáciles de registrar, precisamente porque al ser los más populares, suelen ser los más analizados y los que quedan registrados en las hemerotecas.

El segundo tipo más numeroso resulta ser el tipo autotético, aquel hecho por y para el juego, y que parece ir a remolque de los satélites. Los ARG autotéticos parecen seguir una lógica concreta: una vez aparece un ARG satélite exitoso producido por la industria, detrás aparecen varios ARG autotéticos producidos por los fans, tal y como en un principio ocurrió con el propio The Beast. Como puede observarse, la comparativa numérica es bastante pareja, lo que señala una relación estrecha entre estos dos tipos ARG.

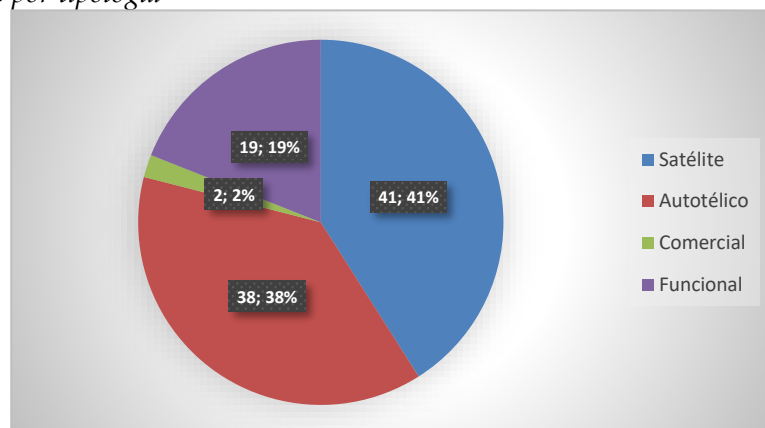
El subtipo funcional, aquel que busca la didáctica de contenidos o el entrenamiento del espíritu crítico, es el tercer ARG en la lista, con números bastante más discretos y con una producción más notable entre los años 2008 y 2012. De este tipo cabría resaltar su ámbito más académico, mucho más reducido y más difícil de registrar, más allá de determinada literatura especializada.

Finalmente, llama la atención la escasísima producción registrada de ARG comercial, algo que, probablemente, responda a la extrema dificultad de registro de estos casos y a la porosidad que por definición plantean. Cualquier otro ARG puede ser identificado por comercial en el momento en que se sostiene cobrando un precio o una tasa, por lo que, es menester ser muy cauto a la hora de otorgar uno y otro apellido taxonómico.

Además, muchos ARG comerciales aparecen bajo catálogo en ciertas webs de entretenimiento ludonarrativo, en eventos de teambuilding o sencillamente bajo otro etiquetado o de forma eventual, por lo que es muy difícil su recopilación.

Figura 6.

Comparativa de ARG por tipología



Fuente: Elaboración propia.

5. Discusión

En líneas generales, podríamos destacar lo que parece un volumen total de ARG escaso, sobre todo teniendo en cuenta que se trata de producción referenciada a nivel mundial, un desnivel respecto a la producción en las dos décadas analizadas, que dibuja una etapa de producción muy prolífica en una especie de *años dorados* del género y que tiende a una reducción muy significativa pero con números sostenidos, y un desnivel respecto a la producción hecha en Estados Unidos y la producción proveniente de otras partes del mundo.

No pudiendo saber con exactitud si la precariedad en los números es estrictamente debida a una reducción de casos o bien a una reducción de registro de los casos, lo que sí puede aventurarse es una tendencia a la jibarización del género, al desarrollo de proyectos ARG en ámbitos restringidos, pequeños y bajo control, ya sea bajo la forma de los ARG permanentes, individuales y jugados bajo demanda del jugador o ya sea en su vis funcional (Ruiz-García, 2022), en ámbitos docentes o como instrumentos de ensayo y aprendizaje (Connolly *et al*, 2011; Hu *et al*, 2016).

Dicha disminución del tamaño de los ARG puede llevar consigo una desatención de los medios generalistas y una mayor dificultad a la hora del registro de los casos, más aún si los encargados de monitorizar, tradicionalmente la comunidad de fans, parecen llevar años aletargados. Esto mismo es aplicable al registro de casos fuera y dentro de Estados Unidos, con la misma sintomatología, pero sumada a una falta de tradición ARG y a la inexistencia de comunidades sólidas y duraderas de aficionados al género.

Pero más allá de los números, ha de hablarse de una circunstancia determinante en la investigación y que ha caracterizado todo el proceso de compilación: la dialéctica surgida entre los criterios de selección escogidos.

Como se apuntó al principio, las pautas yuxtapuestas, extrínsecas e intrínsecas, determinaban la inclusión de cada caso denominado juego de realidad alternativa (o referenciado en una web especializada de ARG) y a la vez, cada ejemplo sometido a los parámetros del marco de análisis, con o sin etiqueta. Este doble proceso ha terminado deparando un escenario en el que:

- Parte de lo denominado juego de realidad alternativa no presenta los ingredientes fundamentales del marco de análisis.
- Parte de los dispositivos que cumplen con los ingredientes del marco de análisis no son denominados ARG.
- Parte de lo denominado ARG cumple con el marco y viceversa.

Este escenario de profundas divergencias no hace más que evidenciar lo que es un problema conceptual, la porfía entre etiquetado y significado, lo que se dice que es un ARG y lo que, según un análisis ontológico y fenomenológico, parece ser, abocando en definitiva a un profundo debate y a la más que probable necesidad de transformar una forma nominal quizás obsoleta.

Como ejemplo podría reseñarse el caso de *El Ministerio del Tiempo* (Javier Olivares, Pablo Olivares, 2015-2020), una serie de ficción española producida por RTVE sobre la cual se han analizado desde su impacto como producto transmedia de referencia en el mercado español hasta sus posibilidades como herramienta de alfabetización (Gómez-Trigueros *et al*, 2018), y sobre la que pende la duda de si podría o no ser considerada proveedora de contenidos ARG a raíz de sus divergencias entre cumplimiento de condiciones fundamentales y falta de etiquetado explícito.

En cualquier caso, estos resultados han de interpretarse en base a una relación de puntualizaciones.

En primer lugar, ha de tenerse en cuenta la extrema dispersión de fuentes que existe a la hora de abordar los juegos de realidad alternativa, una patología abocada a dificultar cualquier análisis ya sea este de corte cualitativo o, sobre todo, en sentido cuantitativo.

La dificultad de registro de experiencias que, por lo general, son temporales y efímeras, sumada a la inexistencia de cualquier base de datos primaria convierten en un verdadero desafío la colección de casos y su registro con el mínimo de información aceptable.

En este marasmo de blogs, websites personales, menciones superficiales en webs generalistas, escasos artículos científicos y algún que otro monográfico sobre un ejemplo notorio, subrayamos el papel de www.argnet.com como la arteria principal que durante veinte años más se acercó a vincular y entretrejer el ecosistema ARG, no sin sus particulares problemas.

Otro de los elementos que habría que tenerse en cuenta a la hora de interpretar los resultados es que la mayoría de los casos relatados pertenecen al ámbito anglosajón, y más concretamente a los Estados Unidos, lugar de nacimiento de los juegos de realidad alternativa.

Esta circunstancia, responsable de invisibilizar posibles casos, se explica por la procedencia de la mayoría de las fuentes y por el ámbito de acción y comunicación de la comunidad *fandom*, la encargada casi siempre del registro.

Es probable que el número total de ARG fuera superior si se tuviera acceso a cada ejemplo realizado fuera de las fronteras de Estados Unidos, aunque también, según lo analizado, el grado de exportación del género es muy reducido, quizás incrementado en los últimos años pero, en definitiva, con números exigüos respecto a la producción en su lugar de origen.

En tercer lugar y en estrecha vinculación con lo anterior, se pone de relieve una característica que inhibe o promueve la selección y tiene que ver con la trascendencia del ARG. Para realizar el catálogo se han tenido en cuenta los casos con un demostrable impacto en su propio ecosistema y que, por ese motivo, han quedado registrados, han sido mencionados o incluso analizados con mayor profusión.

Eso deja fuera del catálogo a los casos que no han trascendido por haberse realizado, por ejemplo, en ámbitos estrictamente domésticos. Tampoco se ha tenido en cuenta los casos que no se han llegado a realizar (aunque estos puedan existir en formato de guion), ni aquellos que, por haber sufrido lo que se conoce como proceso de *implosión*, o cancelación anticipada e imprevista, no han dejado huellas notables (sí se referencian algunos ARG implosionados pero con importancia para los fans).

En cuarto lugar, es importante señalar que las fechas propuestas son a veces imprecisas, ya sea por la naturaleza de la fuente, casos en los que se referencia un ARG en un post varios años más tarde y de manera tangencial, o ya sea por la propia naturaleza del dispositivo, casos en los que la duración varía, se amplía, comienza un año y termina varios años más tarde o se reactiva sin previo aviso.

6. Conclusiones

El acercamiento al complejo fenómeno de los juegos de realidad alternativa ha de partir de un profundo escrutinio sobre su dispersión, intentando definir en lo posible un espacio común y consensuado de análisis. En este estudio se planteó una revisión histórica de los ARG, por un lado, de cara a practicar un ejercicio compilatorio inédito sobre el género, y por otro, con la intención de identificar tendencias y reflexionar sobre los ingredientes básicos del dispositivo, precisamente ese perímetro de acción sobre el que intervenir.

Partiendo de una revisión bibliográfica exhaustiva y con dos criterios de naturaleza complementaria, se realizó la colección, detectando así la presencia de determinados ingredientes en la anatomía del dispositivo y su irregular coincidencia con el etiquetado canónico. Esto, sumado a la localización de ciertas tendencias en la evolución del género permitió revelar un escenario movedizo pero permeable a una cierta monitorización, como siempre desafiante en su perimetrado pero susceptible a él.

Dicho escenario plantea un prominente desajuste entre concepto y nombre, lo que debería abocar a una profunda reflexión sobre estos, e incluso a la posibilidad de una tentativa transformación de carácter nominal o conceptual. Con el mismo o con diferente etiquetado lo que parece claro es que los juegos de realidad alternativa seguirán mutando e hibridándose, por lo que será trabajo de los investigadores seguir actualizando el marco de análisis en el futuro basado en nuevos y, esperemos, consensuados inventarios.

7. Referencias bibliográficas

- Askwith, I. (2006). *This Is Not (Just) An Advertisement. Understanding Alternate Reality Games*. [Libro blanco]. MIT Convergence Culture Consortium.
- Arrojo, M. J. (2013). *Algo más que Juegos de Realidad Alternativa: The Truth About Marika; Conspiracy for Good y Alt-Minds. Análisis del caso*. I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital. La Rioja, España.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247732>

- Barlow, N. (2006). Types of ARG. En A. Martin, B. Thompson y T. Chatfield (Eds.), *Alternate Reality Games white paper*. IGDA ARG SIG.
- Caillois, R. (1986). *Los Juegos y los Hombres. La máscara y el vértigo*. Colección popular, fondo de cultura económica.
- Connolly, T. M., Stansfield, M. y Hainey, T. (2011). An alternate reality game for language learning: ARGuing for multilingual motivation. *Computers & Education*, 57(2011) 1389-1415. Elsevier.
- Dena, C. (19/08/2007). Why ARGs Aren't Hoaxes. Christy Dena's Field Notes From Earth. <http://www.christydena.com/online-essays/why-args-arent-hoaxes/>
- Gómez-Rodríguez, G. y González Reyes, R. (2022). La construcción de un estado de la cuestión hemerográfico. Un ejemplo a partir de los conceptos *fake news*, posverdad y desinformación en el entorno de *web of science* (WoS). *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 155, 69-90. <http://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1335>
- Gómez-Trigueros, I. M., Rovira-Collado, J. y Ruiz-Bañuls, M. (2018). Literatura e Historia a través de un universo transmedia: posibilidades didácticas de El Ministerio del Tiempo. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 217-225. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.18>
- Huizinga, J. (2007). *Homo Ludens*. Alianza Editorial/Emecé Publishers.
- Hu, X., Zhang, H. y Rhea, Z. M. (2016). *Alternate Reality Game in Education: A Literature Review*. Conference: AARE 2016: Transforming educational research.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. Ediciones NYU Press.
- Martin, A., Thompson, B. y Chatfield, T. (Eds.) (2006). *Alternate Reality Games White Paper*. IGDA ARG SIG.
- McGonigal, J. (2020). Games. Jane McGonigal. <https://janemcgonigal.com/play-me/>
- McGonigal, J. (2011). *Reality is Broken: Why games make us better and how they can change the world*. Penguin Press.
- McGonigal, J. (Octubre de 2005). *Alternate Reality Gaming experimental social structures for MMOs*. Austin Game Conference
- Miguel Trula, E. (27/08/2017). Los antecesores de Manuel Bartual: seis famosos ARGs de Internet por si te quedaste con ganas de más. *Magnet*. <https://acortar.link/FKYdTP>
- Murray, J. (1997). *Hamlet en la Holocubieta*. Paidós.
- Ortiz-Colón, A. M., Jordán, J. y Agredal, M. (2018). Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión. *Educação e pesquisa*, 44.
- Palmer, C. y Petroski, A. (2016). *Alternate Reality Games. Gamification for Performance*. CRC Press.

- Piñeiro-Otero, T. y Costa-Sanchez, C., (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: Multiplataforma, Crossmedia y Transmedia: el caso de Águila Roja (RTVE). *Revista de comunicación y tecnologías emergentes. ICONO 14*, 10(2), 102-125. Madrid (España).
- Rodriguez, A. (24/06/2015). ¿Qué son los ARG o juegos de realidad alternativa? *Hipertextual*. <https://hipertextual.com/2015/06/juegos-de-realidad-alternativa>
- Ruiz-García, D. (2021). Juegos de realidad alternativa. Actualización y ampliación taxonómica de un género en estado gaseoso. En J. Alberich y D. Sánchez-Mesa (Eds.), *Transmedialización y crowdsourcing en la cultura mediática contemporánea*. Editorial Universidad de Granada.
- Ruiz-García, D. (2022). Juegos de Realidad Alternativa: nuevas aproximaciones taxonómicas en camino a una redefinición del género. En G. Paredes Otero y I. López-Redondo (Coordinadores) *Cultura audiovisual, periodismo y política: nuevos discursos y narrativas en la sociedad digital*. Dykinson.
- Ruiz-García, D. (2024). Cuestionando el canon de los juegos de realidad alternativa a través de una reflexión sobre sus componentes fundacionales. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 27, 191-216. <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.7297>
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia*. Grupo Planeta.
- Selva Ruiz, D. (2009). El videojuego como herramienta publicitaria: una aproximación al concepto de advergaming. *IDUS*. <https://idus.us.es/handle/11441/13009>
- Stacey, S. (10/11/2006). Undefinig ARG. *Unfiction*. <http://www.unfiction.com/compendium/2006/11/10/undefining-arg/2/>
- Szulborski, D. (2005). *This Is Not A Game. A Guide to Alternate Reality Gaming*. New Fiction Publishing.
- Szulborski, D. (2006). *Through the rabbit hole*. New Fiction Publishing.
- Torrebejano, A. (2019). Juegos en vivo: Experiencias ARG, del Real Game a las Realidades Alternativas. *Martini Shot Blog*. <http://elcanonazo.com/juegos-vivo-experiencias-arg/>
- Vashisht, D., Royne, M. B. y Sreejesh, S. (2019). What we know and need to know about the gamification of advertising: A review and synthesis of the advergaming studies. *European Journal of Marketing*.
- Wilkinson, P. (2015). A Brief History of Serious Games. *Entertainment Computing and Serious Games*.
- Zabaleta, F. (2022). Realidad alternativa: no has jugado a nada igual. *Fran Zabaleta*. <https://acortar.link/WGqeyc>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe; **Software:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Validación:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Análisis formal:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Curación de datos:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Redacción-Preparación del borrador original:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Redacción-Re- visión y Edición:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Visualización:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Supervisión:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Administración de proyectos:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Ruiz-García, David, Meléndez González-Haba, Guadalupe.

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

AUTOR/ES:

David Ruiz-García

Universidad de Sevilla, España.

David Ruiz-García es Doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla (US). Ha sido profesor de comunicación, comunicación digital y publicidad en el Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide, en la Universidad de Santiago de Compostela y en la Universidad de Sevilla. Sus materias principales de investigación son la creatividad audiovisual, la hibridación de medios, el branded content, el guion audiovisual, los videojuegos y las hiperficciones, especializado en el estudio de los juegos de realidad alternativa, sobre los cuales ha escrito multitud de artículos y capítulos de libro. Además de su faceta académica, David ha sido creativo publicitario, guionista freelance y músico profesional desde el año 2001.

druiz6@us.es

Índice H: 2

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8830-1243>

Guadalupe Meléndez González-Haba

Universidad de Cádiz, España.

Licenciada en Comunicación Audiovisual (UEX), Máster en Dirección de Comunicación (UCAM) y Doctora en Información y Comunicación (UEX), sus líneas de investigación se centran en el estudio de los efectos de la publicidad en población sensible en torno al cuerpo y la belleza, la protección del menor en la publicidad, los estereotipos de género y el papel de la mujer en la publicidad y los medios de comunicación. Tiene más de 30 publicaciones y numerosas conferencias y participaciones en congresos internacionales. Actualmente imparte

clases en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la UCA, así como en los Másteres de Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación y Máster en Dirección de Marketing Digital y Social.

guadalupe.melendez@uca.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-6533-4840>