

# Narraciones transmedia, música y videojuegos: el caso de *Los ríos de Alice* de Vetusta Morla y Delirium Studios

## *Transmedia storytelling, music and videogames: the case of Los Ríos de Alice by Vetusta Morla and Delirium Studios*

**Cande Sánchez-Olmos**

*Profesora del departamento de Comunicación y Psicología Social  
(Universidad de Alicante)*

**Eduardo Viñuela**

*Profesor del Dpto. de H<sup>a</sup> del Arte y Musicología  
(Universidad de Oviedo)*

**Fecha de recepción:** 15 de septiembre de 2018

**Fecha de revisión:** 3 de diciembre de 2018

**Fecha de publicación:** 1 de enero de 2019

**Para citar este artículo:** Sánchez-Olmos, C. y Viñuela, E. (2019). Narraciones transmedia, música y videojuegos: el caso de *Los ríos de Alice* de Vetusta Morla y Delirium Studios, *Icono 14*, 17 (1), 60-82. doi: 10.7195/ri14.v17i1.1242

## Resumen

Los Ríos de Alice es un videojuego-app. producido por Delirium Studios y Vetusta Morla, una banda paradigmática de la autogestión y autoedición en la industria musical en España. Esta aplicación, que está disponible para diferentes plataformas, es la nave nodriza que ha dado lugar, entre otros contenidos, a un disco en formato físico y digital, diferentes videoclips y diversos vídeos generados por los usuarios que están alojados en internet y que expanden la narración audiovisual del videojuego. El objetivo principal de este artículo es analizar la producción y expansión transmedia de una aplicación que combina música y videojuego. En este sentido, los objetivos específicos apuntan, en primer lugar, a analizar cómo ha surgido y se ha producido este videojuego desde una base musical; en segundo lugar, observamos si se ha conseguido la expansión del relato musical en las diferentes plataformas por las cuales transita el relato de Alice. Por último, prestamos atención a la participación de los usuarios con la finalidad de analizar qué tipo expansión narrativa proponen sus vídeos.

**Palabras clave:** *Narraciones transmedia; Música; Vetusta Morla; UGC; Videoclip; Videojuegos*

## Abstract

Los ríos de Alice is an app-videogame produced by Delirium Studio and Vetusta Morla, a paradigmatic band of self-management and self-publishing in the Spanish music panorama. This application, which is available for different platforms, is the mothership that has given rise, among other contents, to a physical and digital phonogram, several music videos and numerous videos generated by users that are hosted on the internet and that expand the audiovisual narration of the videogame. The aim of this article is to analyze the production and the transmedia expansion of an application that combines music and videogames. In this sense, the specific objectives point to analyzing how this videogame has been produced from a musical base; then, we will observe if the expansion of the story has been developed in the different platforms related to Alice's story. Finally, we will pay attention to the participation of users in order to analyze what kind of narrative expansion is displayed in the videos.

**Key Words:** *Transmedia storytelling; Music; Vetusta Morla; UGC; Music video; Videogame*

## 1. Introducción

Si bien es cierto que existe abundante literatura que ha analizado la dimensión transmedia del relato ficcional, no es menos cierto que escasean las investigaciones que aborden este fenómeno en la música. Así, el objetivo de esta investigación es analizar la narración transmedia del proyecto multimedia *Los Ríos de Alice* de la banda madrileña Vetusta Morla para enriquecer las aportaciones en este campo. De acuerdo con Cook (2013) los cambios tecnológicos han afectado considerablemente al modo en el que se crea, se consume y se otorga significado a la música; por ello, la adopción de una “mentalidad multimedia” a la hora de analizar un texto audiovisual es crucial para afrontar textos compuestos por música e imágenes que pueden variar en su plano de expresión y de contenido según la plataforma que los aloje. Dicho en otras palabras, cada vez es más habitual que diferentes lenguajes (visual, musical, lingüístico) confluyan en un mismo medio (Kress y Van Leeuwen, 2001).

El punto de partida de la teorización de las narraciones transmedia tal y como actualmente se conocen comenzó hace ya más de una década y se atribuye a Jenkins (2003), un concepto que fue desarrollado por el propio autor en años posteriores (2010, 2009) a partir del estudio de casos exitosos de narrativas transmedia. Siguiendo la estela de Jenkins, autores como Scolari (2009, 2013) Guerrero-Picó y Scolari (2016), Rodríguez-Ferrándiz (2012, 2014, 2015) proponen análisis de casos que transitan especialmente por la ficción televisiva. Por su parte, otros como Askwith (2007), Jenkins, Ford y Green (2013) o Tur-Viñes y Rodríguez Ferrándiz (2015) han profundizado en el concepto del *engagement* en la televisión y en la ficción.

Desde la perspectiva de la música, Riera (2013) analiza las narrativas transmedia presentes en el videojuego *Nier* prestando especial atención a su dimensión musical para demostrar que el videojuego es un contenido multimodal en donde las confluencias de diferentes discursos artísticos crean lo que se conoce como obra de arte final. Por otra parte, Rueda y Galán (2013) estudian el proyecto *The*

*Beatles Anthology* (1995-2000) a través de un análisis selectivo musical de aquellos factores que convierten a la producción en una propuesta transmediática sobre la historia y memoria de sus autores. El contenido creado por los usuarios o *user generated content* (en adelante UGC) ha sido abordado por Roig y San Cornelio (2015), quienes analizaron la creación colectiva o *crowdsourcing* de vídeos musicales a partir de una canción. No obstante, ya en los noventa Jenkins (2010) analizó las comunidades de fans que expandieron la narración de la serie *Star Trek* a partir de videos musicales.

En cuanto al videoclip, Sedeño (2013) analiza su dimensión transmedia y sus características cuando el formato es producido por marcas, empresas y franquicias. Por último, Vizciano-Verdú y Sánchez-Olmos (2018) analizaron las narrativas transmedia de la banda sonora de *Juego de Tronos* mediante el estudio de los videoclips realizados por fans y observaron que los usuarios expanden el relato a partir del vestuario, los efectos especiales y la parodia.

En cuanto al caso que nos ocupa en este artículo, Mainer y Vega (2015) realizaron un exhaustivo análisis narratológico del videojuego *Los ríos de Alice* y concluyeron que lector, narrador y jugador disfrutaban de una experiencia de fantasía que muestra cómo los nuevos medios no sólo pueden alcanzar una alta calidad artística, sino que también convierten a los usuarios en sujetos de la narración, en este caso en las aventuras de Alice. Si bien es cierto que las autoras identifican las diferentes plataformas por las que se expande el videojuego, el tratamiento de esta parte es más bien tangencial, ya que la investigación se centra en identificar las estructuras y arquetipos existentes en el videojuego, que se corresponden con el esquema narratológico del viaje del héroe de Joseph Campbell. Por tanto, la finalidad de esta investigación es, a partir del trabajo iniciado por Mainer y Vega (2015), comprobar cómo se expande dicho relato por las diferentes plataformas por las que transita. De este modo, podremos identificar la expansión transmedia que, como veremos a continuación a través de las voces de los teóricos, no sólo requiere la existencia de plataformas, sino también que dichas plataformas aporten algún elemento nuevo al relato.

## 1.1. La investigación en narraciones transmedia y música

Jenkins (2003) observó cómo las narrativas transmedia son un proceso en el cual los elementos principales de una ficción se dispersan a través de diferentes plataformas con el objetivo de ofrecer una experiencia de entretenimiento integradora. Para Jenkins, las narrativas transmedia representan un fenómeno cultural característico de la era de la convergencia mediática y la cultura participativa (2008). Algunas investigaciones proponen listas de rasgos para caracterizar las narrativas transmedia (Jenkins, 2009), aunque no coinciden en todas las características. No obstante, ha sido posible señalar unos principios básicos que Guerrero-Picó y Scolari (2016), siguiendo a Jenkins, resumen en tres. En primer lugar, la historia debe expandirse por varios medios y cada texto debe ampliar su universo narrativo; en segundo lugar, dicha expansión se complementa con contenidos generados por los usuarios (UGC), ya sean gestionados por los productores o por los fans; y, en tercer lugar, el mundo narrativo puede ser comprendido de forma autónoma a través de las diferentes partes textuales que lo componen. Los contenidos producidos por los usuarios (UGC) deben cumplir con ciertos requerimientos: ser creados por los usuarios y distribuidos públicamente, ser contenidos creativos, y haber sido creados fuera de las rutinas profesionales de las corporaciones (Scolari, 2013).

Si intentamos adaptar la primera característica al caso particular de la música observamos que las narrativas transmedia parten de un relato cuya matriz es musical (Scolari, 2014) o bien audiovisual. Jost (2015) analizó cómo Gorillaz creó una banda cuyos miembros eran dibujos animados ficticios que se propagaban por redes sociales, cortos de animación, videoclips, videojuegos... a la vez que los fans participaban enriqueciendo la narración. Gorillaz se adaptó así a la convergencia mediática y conectó con fans reacios a comprar un CD, pero dispuestos a disfrutar y participar del proyecto musical si eran invitados a colaborar en el relato audiovisual. Por lo tanto, las narraciones transmedia ayudaron a reforzar la identidad de la banda y la hicieron mucho más significativa y valiosa para sus fans (Jost, 2015). Es más, Jeffery (2017) profundizó específicamente en las narrativas transmedia que Gorillaz puso en circulación con el lanzamiento del álbum *Plastic Beach* y concluyó que la creatividad de los usuarios ayudó a la promoción de la banda. Dichas estrategias, puesto que cuentan con la participación voluntaria de los fans,

son mucho más efectivas que la publicidad convencional, que más que entretener molesta al consumidor.

En relación a los fenómenos musicales multimodales, Cook (2013) afirma que el texto audiovisual no es estable porque está sujeto a las modificaciones que los fans quieran realizar, generando a su vez nuevos textos en un proceso de constante reelaboración, reciclaje o resemantización. En el caso del videojuego que nos ocupa, la expansión en forma de videoclip nos invita a reflexionar sobre la capacidad de promoción de este formato. Observaremos si el videoclip puede funcionar como una especie de tráiler del videojuego *Los ríos de Alice*. En este sentido, Scolari (2013) apunta que las narraciones transmedia también pueden materializarse no sólo en forma de expansión, sino también de contracción, como es el caso de los tráileres.

Por otro lado, la reelaboración de narrativas es una cualidad intrínseca al videojuego; cada acción de juego implica la activación de imágenes, músicas diferentes, así como de nuevos planteamientos e itinerarios para el avatar y para el jugador, lo que construye una experiencia diferente en cada consumo. En este sentido, una de las cualidades más destacadas en el estudio de la música en los videojuegos es la interactividad con la acción que está desarrollando el avatar (Collins, 2008), una exigencia llena de retos para que el funcionamiento multimedia del lenguaje audiovisual sea satisfactorio. Así, en un fenómeno transmedia que parte de un videojuego, como el caso que aquí analizamos, las experiencias de consumo se multiplican desde el texto fuente a través de las distintas narrativas que cada usuario va trazando en su experiencia de juego, lo que abre infinitud de posibilidades a la expansión del relato en otros medios. Pero, al mismo tiempo, son muchas las funciones de la música que los videojuegos comparten con el cine y otros géneros audiovisuales: expresiva, estructural, estética, etc., y esto ha permitido también la contaminación de géneros dentro de la nueva estética audiovisual (Kassabian, 2013; Vernallis, 2013), propiciando la presencia de recursos y esquemas narrativos y de acción propios de los videojuegos en películas, spots y videoclips. Por todo ello, afrontamos el estudio de caso que nos ocupa desde una perspectiva multimodal y musicológica siendo conscientes en todo momento de que la expansión del relato no sólo depende de la estructura narrativa lingüística, sino también de la audiovisual.

## 2. Material y métodos de la investigación

El objetivo principal de esta investigación es analizar la producción del videojuego *Los ríos de Alice*, así como las narrativas transmedia presentes en el proyecto audiovisual, prestando especial atención a su dimensión audiovisual.

Para alcanzar este objetivo planteamos los siguientes objetivos específicos:

1. Contextualizar la trayectoria musical de Vetusta Morla y la producción del videojuego *Los ríos de Alice*.
2. Categorizar y describir las diferentes plataformas del videojuego.
3. Analizar la expansión en la narración presente en *Los ríos de Alice* por parte de los fans y su relación estética y discursiva con el videojuego y el grupo musical.

El corpus de análisis de esta investigación está compuesto por el videojuego, entendido como nave nodriza, y los diferentes contenidos y plataformas relacionados con *Los ríos de Alice*.

El carácter de esta investigación es descriptivo; las técnicas de investigación utilizadas son cualitativas y están basadas en el análisis multimodal, que entiende la creación de significado como resultado de la confluencia e interacción entre diferentes lenguajes. Esta investigación pretende acercarse al fenómeno de las narrativas transmedia en la música a partir de un estudio de caso; esto implica, según Gundermann Kröll (2014), que la característica principal de esta investigación radica en la elección del objeto de estudio, y no en los procedimientos metodológicos seguidos. El mismo autor indica que la finalidad del estudio de caso es conocer lo particular para alcanzar un conocimiento más profundo de un problema general.

## 3. Resultados

### 3.1. Vetusta Morla en el panorama musical

Vetusta Morla es una banda madrileña que irrumpió en el panorama musical español en 2008 con la publicación del disco autoeditado *Un lugar en el mundo*, un álbum debut que obtuvo una gran acogida del público y que fue galardonado con tres Premios de la Música y cuatro premios de la Unión Fonográfica Independiente. Para algunos periodistas musicales Vetusta Morla es un fenómeno excepcional en la industria de la música que ha alcanzado el éxito sin grandes ayudas (Portela, 2011), ya que la banda ha publicado todos sus discos con su propio sello discográfico: Pequeño Salto Mortal.

En noviembre de 2017 la banda lanzó *Mismo sitio, distinto lugar*, su cuarto álbum de estudio, después de *Mapas* (2011) y *La deriva* (2014), un disco que mantiene la independencia en la producción pero que fue distribuido por la multinacional Sony, que ha llegado a un acuerdo con la banda para licenciar y explotar todo el catálogo de Vetusta Morla a nivel internacional. No obstante, la banda contó desde el inicio con un gran apoyo en la distribución de sus discos, primeramente, con PIAS, posteriormente con Altafonte (tras la disolución de PIAS) y finalmente con la distribuidora de *El País*. Esta última circunstancia explica la gran cobertura que la banda ha conseguido en este diario, que no sólo se limita al ámbito informativo, sino que también alcanzó a la grabación de varios vídeos musicales en la azotea de *El País* que se pueden visionar en el canal de YouTube del periódico. Por otro lado, el crítico musical Diego Manrique manifestaba en una entrevista en la revista *EfeEme* que la omnipresencia de Vetusta Morla en Radio 3 roza los límites éticos para una emisora pública. No en vano, Juan Manuel Latorre, estandarte creativo de la banda, trabajó en Radio 3 hasta el año del lanzamiento del primer disco.

#### 3.1.1. La producción del videojuego *Los ríos de Alice*

*Los ríos de Alice* es un proyecto audiovisual enmarcado en un contexto de convergencia mediática que pone de manifiesto las posibilidades de los entornos digitales para difundir contenidos multimodales. El jugador, lector y oyente entra en



un mundo de fantasía visual en el que deberá ayudar a Alice a enfrentarse a sus miedos a través de diferentes ambientes visuales y sonoros que se desarrollan por las etapas del videojuego (Aznar, 2013).

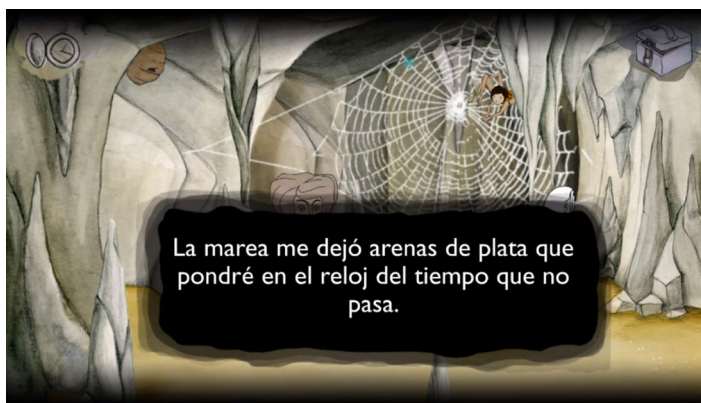
El análisis de las narrativas transmedia del videojuego *Los ríos de Alice* supone un reto, ya que requiere una aproximación que pueda afrontar conjuntamente la parte narrativa y la parte interactiva. Consideramos este videojuego como la nave nodriza de este análisis transmediático, ya que presenta todos los elementos fundamentales de la narrativa audiovisual, de ahí que sea el texto del que se nutren (y al que recurren implícitamente) los demás textos de su universo narrativo y el que expone de manera más acabada las líneas maestras del canon de la historia que se narra.

Según explican Mainer y Vega (2015), la propuesta de creación de este videojuego surgió de un fan de Vetusta Morla, Arturo Monedero, director de la productora de videojuegos Delirium Studios, que se puso en contacto con la banda para mostrarle el proyecto lúdico en aras de obtener la banda sonora de *Alice*. Su inspiración surgió como una epifanía al visualizar las primeras escenas con las canciones de la banda: “En el río” y “Cenas ajenas”. Las ilustraciones de Ane Pikaza inspiraron a los músicos para componer la banda sonora del juego, que está producida por el sello de Vetusta Morla.

Por tanto, y desde una dimensión pragmática, *Los ríos de Alice* es una especie de ego videojuego de Vetusta Morla, una metanarrativa que convierte a la propia banda en la protagonista del proyecto. En líneas generales, las bandas lanzan discos con letras que versan sobre infinidad de temáticas, pero en este caso concreto Vetusta Morla habla de sí misma, reforzando así su discurso musical y su identidad como grupo.

En relación con lo anterior, es importante saber que la paciencia es algo clave en el juego. Desde el principio, el camino que hay que tomar resulta bastante confuso. Esto se debe a que en el juego lo que debemos interpretar no son diálogos, sino símbolos. Para descubrir los pasos a seguir, hay que ir descifrando pictogramas. En diferentes puntos clave del juego aparecen frases de canciones de Vetusta Morla

que establecen una conexión intertextual con el resto de las canciones y narrativas de la banda y que refuerzan la metanarrativa de Alice y la banda. En la figura 1 observamos versos de la canción “La Marea”, de su álbum debut *Un día en el mundo*. Por tanto, aquí se produce más bien una expansión narrativa de Vestusta Morla, puesto que la narrativa de las canciones se introduce en el videojuego. Observamos más ejemplos de estas características durante el juego.

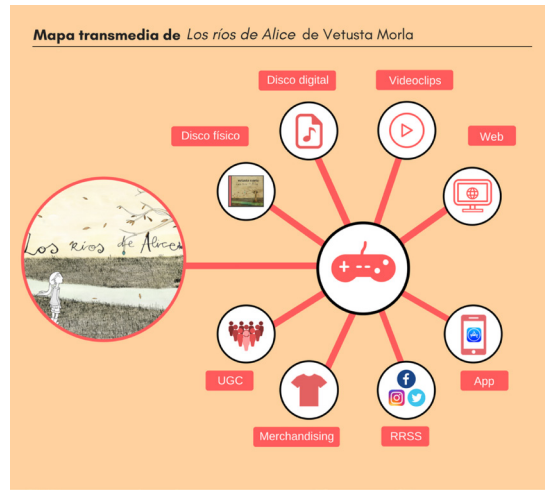


*Figura 1: Captura de pantalla del videojuego Los ríos de Alice.*

*Fuente: elaboración propia.*

### **3.2. Las plataformas de *Los ríos de Alice* y su expansión narrativa**

Con el fin de abordar el segundo objetivo, describimos las diferentes plataformas por las cuales se puede acceder al contenido de *Los ríos de Alice*, a partir del siguiente mapa de la narración transmedia del videojuego. La figura 2 muestra las plataformas por las cuales se expande el videojuego que surge con una voluntad lúdica, pero que aspira a ofrecer una experiencia estética mediante la música, las ilustraciones y la aventura de la protagonista. En cuanto a jugabilidad, es un juego demasiado lento, se pierde mucho tiempo esperando a que Alice vaya de un lado a otro. Además, otro aspecto negativo es que, a la hora de cambiar de escenario, hay que clicar sobre un punto exacto en vez de cambiarse de forma automática al llegar al final de la pantalla.



**Figura 2:** Plataformas de expansión ficcional de *Los ríos de Alice*.

*Fuente: elaboración propia.*

### 3.2.1. Análisis de la expansión narrativa en *Los ríos de Alice*

Una vez comprobada la existencia de diferentes plataformas que confirman la estructura transmedia del videojuego, observamos cómo se expande la narración. En relación al relato audiovisual, cada vez que Alice se queda dormida entra en un mundo de fantasía visual en el que el jugador deberá ayudar a la protagonista a enfrentarse a sus miedos a través de diferentes ambientes visuales y sonoros que se desarrollan por las etapas del videojuego. Se trata de un viaje de búsqueda interior hasta la consecución de la madurez, autocrecimiento a través de pruebas (Mainer y Vega, 2015), es decir, el viaje del héroe de Campbell. Todo ello implica que Alice acepta la difícil tarea propuesta, resuelve las adivinanzas y consigue objetos para llegar al fin, a través del desplazamiento de un lugar a otro, que está garantizado con las pantallas y el enfrentamiento con astucia para superar las pruebas.

A pesar de que el videojuego ha funcionado como elemento catalizador de la estrategia transmedia, los propios creadores de éste han manifestado la relevancia de la música de Vetusta Morla en el proceso de creación. No en vano, el proyecto musical de *Los ríos de Alice* arranca en 2009, cuando los madrileños componen una nana con este nombre para un disco colectivo de la ONG SOS Aldeas Infantiles. Esta

canción es la que suena al inicio del videojuego y la que abre el disco con la banda sonora. Por otro lado, la reedición del videojuego para su lanzamiento en Wii U en 2015 propició la producción de un nuevo tema de Vetusta Morla relacionado con la historia de Alice que la banda publicó en su canal del YouTube con el correspondiente videoclip; se trata de “Un folio en blanco”, pieza instrumental que sigue la estética tanto visual como musical del videojuego.

### 3.2.1.1. Disco físico, digital y *merchandising*

En cuanto al álbum físico y digital, el emplazamiento de los temas de la banda sonora no sigue la disposición correlativa de los escenarios que aparecen en el videojuego; sin embargo, es posible identificar una lógica narrativa con una estructura subyacente relacionada con el videojuego tanto en la organización de los cortes del disco como de los videoclips en YouTube. Así, el árbol que aparece en el videoclip de la primera pieza se encuentra al inicio del videojuego, y la canción que cierra el juego, “Los buenos”, es también la última que aparece en el disco y la única que cuenta con un videoclip en el que aparece Alice.

Por otro lado, el disco físico entendido como plataforma no expande la narración del relato del videojuego, sino que se limita a presentar un formato *digipack* de CD en el que sólo encontramos el disco y los créditos, que invitan a ampliar la información en la web. En la contraportada sólo aparece el listado de canciones, sin más paratextos que amplíen el relato. Ni siquiera las ilustraciones presentadas aportan novedad alguna al relato. Por tanto, Vetusta Morla desaprovecha aquí las ventajas de las narrativas transmedia y presenta una plataforma que no tiene ningún atractivo, puesto que el contenido se puede escuchar en YouTube o plataformas digitales de *streaming*. Por ejemplo, la edición de la letra de la canción, la inclusión de láminas o imágenes que no aparecen en el videoclip o la inclusión de alguna adivinanza que no contenga el videojuego podrían haber expandido el relato de Alice. Esto mismo ocurre con el archivo digital, que sólo se limita a presentar la lista de canciones.

En cuanto al *merchandising*, las ilustraciones del videojuego se presentan en camisetas, pero no incluyen ninguna expansión narrativa, ni en forma de frase ni a través de ilustraciones que no hayan sido vistas ya en el videojuego.

### 3.2.1.2. Los videoclips

En cuanto a los videoclips, analizamos en primer lugar sus características estéticas y musicales con el objetivo de observar su capacidad para expandir la narración. Los vídeos musicales presentan una estructura dramática, un juego narrativo sin un planteamiento y un nudo definidos, pero con una dinámica de expectación-resolución bien preparada: la suma de escenarios y personajes que se presentan en cada uno de los videoclips instrumentales acaba convergiendo en la única canción con una letra inteligible, y dos temas antes de ver a Alice en el videoclip de “Los buenos” la escuchamos cantar junto al gigante en “Alice y el Gigante”. La aparición de esta voz femenina no deja de resultar llamativa, ya que en la imagen sólo aparece el gigante y en ningún lugar queda acreditada la participación de una cantante femenina, como suele ser habitual en los dúos de artistas, tampoco en los créditos del disco físico.

Otro aspecto significativo que encontramos en los videoclips es la ausencia de acción. La imagen que acompaña a la música suele presentar un escenario del videojuego, pero sin apenas movimiento ni narrativa alguna, se trata de planos fijos en los que la mayor parte de los elementos permanecen inmóviles, por lo que aquellos que están en movimiento captan rápidamente la atención del espectador y adquieren una relevancia significativa. La forma de mostrar estos espacios y la ausencia de Alice en todos ellos sugieren el empleo de un plano subjetivo de la propia protagonista, un recurso habitual en el ámbito de los videojuegos para favorecer la inmersión del jugador en la trama. Pero, al mismo tiempo, la falta de movimiento de la supuesta cámara subjetiva sugiere una exhortación al espectador a que tome el control de la acción; en definitiva, a que juegue, lo que reforzaría la estrategia transmedia de estos productos.

El plano fijo, la falta de acción dramática y la ausencia de letras en las canciones que sirvan de guía en la interpretación de la imagen podría llevar a muchos a pensar que estamos ante un ejemplo de antivideoclip. Sin embargo, estas características refuerzan la lógica de estos productos como parte de una estrategia transmedia por su alto poder evocador y su capacidad para animar al seguidor del grupo a indagar en lo que se esconde tras una tanda de videoclips tan sugerente y enigmática, tan poco convencional (llegando así al videojuego). En lo formal, estos

vídeos funcionan como estampas de los diferentes escenarios que aparecen en el videojuego, y su prolongada exposición a la contemplación del espectador puede entenderse como una invitación a observar los detalles de los espacios de *Los ríos de Alice*, a deleitarse con su estética y disfrutarlos sin preocuparse por los acertijos o la acción que centra la atención de los jugadores en el videojuego. No se trata de espacios mudos, sino que la música y los sonidos de los temas configuran el espacio sonoro de cada escenario; de este modo, la música que en el videojuego queda en un segundo plano y funciona como un fondo sonoro pasa en los videoclips a primer término para permitirnos una nueva forma de aproximación a los lugares por los que transita Alice.

Precisamente, la música y los sonidos grabados que aparecen en las canciones son los que consiguen dar dinamismo a la quietud de la imagen, los que logran aportar la dimensión temporal y establecer el modo en el que discurre el tiempo en la escena. La presencia de relojes en la imagen, pero sobre todo en el sonido, es constante y funciona como un recurso para hacer consciente al espectador del paso del tiempo. En ocasiones, el sonido de reloj puede confundirse con el metrónomo que marca la organización del tempo de la música, como sucede en “La atalaya de los buitres” y “Reflejos”, constituyendo un ejemplo de cómo el sonido y la música están perfectamente imbricados en la banda sonora. Los parámetros musicales de las canciones contribuyen a esta sensación de avance temporal con la reiteración de estructuras de todo tipo: patrones rítmicos, arpegios, fraseos melódicos, instrumentación... la reiteración es una constante en todo el disco, y funciona a la perfección para mantener la sensación de quietud y el escaso movimiento repetitivo que predomina en las imágenes de los videoclips.

Sin embargo, esta reiteración de elementos musicales no se traduce en monotonía sonora; son muchas las canciones que parten de pasajes con escasa instrumentación y que progresivamente van creciendo, haciendo su textura más compleja hasta llegar a una sonoridad plena; es el caso de “Marea baja” o “Nicho de luciérnagas”. Esta última, además, ha servido como base para el tráiler del videojuego, en el que se muestra a Alice atravesando diferentes escenarios, lo que demuestra que este esquema musical sirve para dar sensación de avance en el relato. Otro recurso habitual para lograr este efecto dramático a través de la música es el empleo de

estructuras de tensión-relajación, que pueden ir desde la introducción de acordes disonantes, como los que encontramos en “Viene hacia aquí” o “Trastos viejos”, a diseños melódicos a base de semitonos, como en esta última o en “Sala de máquinas”. Ambos son tópicos sonoros propios del género cinematográfico thriller y funcionan normalmente como recurso dramático a la hora de mantener la expectativa en el espectador.

Por último, no podemos obviar el título del videojuego y su alusión al río. A pesar de la quietud que impera en los paisajes de los videoclips, es habitual observar elementos naturales que fluyen: el agua de un grifo, las olas del mar, el humo, el viento, un río de lava en “A lomos de un volcán”. Todos elementos de la naturaleza en constante movimiento, en una organicidad que también percibimos en la manera en la que evolucionan los temas de este disco, jugando con los matices de intensidad y los colores tímbricos de los instrumentos o variando la textura de diferentes pasajes.

Si bien, tanto los temas como los videoclips de *Vetusta Morla* se ajustan a la estética que predomina en el videojuego, reforzando y ahondando en la dinámica calmada que caracteriza su jugabilidad y la impronta artesanal de la animación, desde el punto de vista de los arquetipos narrativos los videoclips no expanden el relato, no aportan novedad narrativa, sino que más bien muestran una adaptación desde el formato del videojuego al videoclip. Es decir, una vez más, la banda desaprovecha las ventajas de las narrativas transmedia y pierde la oportunidad de propiciar una expansión de la ficción con los recursos que ofrece el lenguaje del videoclip, por ejemplo, produciendo un videoclip cuyas imágenes no se encuentren en el videojuego y sugiriendo así nuevos universos narrativos para *Alice*. Ahora bien, desde una perspectiva pragmática, también se pueden interpretar los videoclips y el tráiler-videoclip como procesos comprensivos (Scolari, 2013) que invitan a los usuarios a conectar con el videojuego. Por otro lado, tal y como indica la teoría transmedia, el disfrute de los videoclips, gracias a la música, funciona de manera autónoma.

### 3.2.1.3. La página web

En cuanto al análisis de la página web, observamos que tampoco hay una expansión narrativa del relato, sino toda la información relacionada con el videojuego: tráiler, información y plataformas de descarga. Esto es así porque el videojuego no tiene página web propia, sino una categoría dentro de la web de Delirum Studios. La productora ofrece un dossier de prensa en inglés, pero tampoco aprovecha las ventajas de esta plataforma para ofrecer alguna expansión del relato, ilustraciones nuevas, juego o adivinanzas asociadas.

## 3.3. Los contenidos generados por los usuarios

En lo que concierne al tercer objetivo del artículo, más allá de las producciones oficiales relacionadas con el videojuego, encontramos una amplia variedad de UGC que expande el relato de diferentes formas y sin seguir una lógica planificada en el tiempo. Se trata de una serie de vídeos que han sido publicados en redes sociales de contenido audiovisual desde 2009 hasta 2018, lo que demuestra la vigencia de *Los ríos de Alice* y su pervivencia como producto más allá de los márgenes de su promoción. La plataforma que cuenta con un mayor número de vídeos UGC relacionados con el videojuego y su banda sonora es YouTube, y la tipología que predomina es el *gameplay* de los diferentes episodios que componen el juego, en concreto hay 34 vídeos publicados entre julio de 2014 y febrero de 2018 que podemos incluir en esta categoría. Por su parte, en la plataforma Vimeo encontramos sólo 5 vídeos UGC que utilizan la música del videojuego como banda sonora para proyectos creativos o vídeos familiares. Sin duda, la hegemonía de YouTube en el consumo audiovisual de internet convierte a esta red social en la preferida para el perfil de usuario que busca consolidarse como *youtuber* logrando más visitas a sus vídeos y mayor número de suscriptores,<sup>1</sup> mientras que la posibilidad que ofrece Vimeo de subir vídeos en alta definición hace más atractiva esta red social para publicar producciones con mayor cuidado estético, a pesar de no contar con la difusión que ofrece YouTube.

Son estos últimos vídeos los que mayor interés tienen para esta investigación, ya que los *gameplay* se centran en los trucos y procedimientos para superar las pruebas del videojuego, respondiendo todos ellos a los mismos patrones: voz en *off*



e imagen y sonido del videojuego. En los vídeos creativos siempre se mantiene la música original y se crea contenido visual nuevo; encontramos predominantemente el uso del tema principal de *Los ríos de Alice* como banda sonora para diferentes proyectos, y sólo podemos señalar como excepción el “speed painting”<sup>2</sup> de la carátula del videojuego, que utiliza como banda sonora la canción “Los buenos”. Esta es la producción UGC más relacionada con la historia. También aparece una imagen del videojuego en el proyecto fotográfico “La foto salió movida”<sup>3</sup>, una creación audiovisual inspirada en el texto homónimo de Julio Cortázar. Un vídeo similar, pero ya sin alusiones al videojuego en la imagen es “La cárcel se ha vuelto pájaro”<sup>4</sup>, una inspiración libre de una frase del poema “El despertar” de la argentina Alejandra Pizarnik con la música de Vetusta Morla de fondo. También encontramos proyectos de abstracción visual desarrollados con softwares visuales como el Vizualizer<sup>5</sup> o efectos como el bokeh<sup>6</sup>; en ambos, aparecen figuras geométricas que se mueven siguiendo los parámetros del mismo tema instrumental. Otros usuarios van más allá y apuestan por una narración figurativa ajena al videojuego, pero sobre el mismo tema musical; es el caso del “journey gameplay” de @LEAMSI<sup>7</sup>, en el que se narra una nueva historia de animación, un viaje de dos personajes irreales que empieza en el desierto y acaba en un paisaje nevado.

El tema instrumental *Los ríos de Alice* es la base también para varios vídeos familiares, ya sean elaborados por una empresa o por los propios usuarios. Un ejemplo del primero es el “photo album” de Anna Sansixto<sup>8</sup> en el que muestra una secuencia de fotografías de una pareja desde el embarazo al parto de su hijo. Y, del segundo, una reunión de familias para celebrar el solsticio de invierno en el Jardín de los Hortales de Pozuelo de Alarcón<sup>9</sup> o el titulado “Los ríos de Anne”<sup>10</sup>, con fotos de la infancia de una niña en los años ochenta, y cuyo título evidencia una intertextualidad explícita con el videojuego otorgando a Anne el papel de Alice.

## 4. Discusión

El videojuego *Los ríos de Alice*, producido por Delirium Studios y Vetusta Morla, ha sido analizado como un caso de estudio que contribuye a ampliar las escasas investigaciones existentes sobre producción y narración transmedia que combinan videojuegos y música.

Con relación al primer objetivo, nos encontramos ante un caso paradigmático de la música independiente en España, una banda que ha logrado consolidarse con una trayectoria de éxito ascendente apostando por estrategias novedosas entre las que encontramos el proyecto *Los ríos de Alice*. Por otro lado, observamos que la producción de este videojuego surge como consecuencia de la pasión de un fan de Vetusta Morla, que además es productor de videojuegos de Delirium Studios. La profundidad de la historia de Alice y la calidad de las ilustraciones de Ane Pikaza convencen a la banda para componer una banda sonora que tiene unos objetivos más artísticos y lúdicos que comerciales. Está concebido como una obra estética total en donde ilustración, narración y música confluyen para crear una experiencia novedosa, si la comparamos con la que ofrecen otros videojuegos de plataformas. Por tanto, se trata de una producción modesta e independiente que no aprovecha las posibilidades promocionales que ofrecen las estrategias transmedia para que el contenido llegue a un mayor número de personas, al contrario de lo que ocurrió en el estudio de caso de la serie *True Blood* analizado por Rodríguez-Ferrándiz (2012).

Desde un punto de vista pragmático, se trata de un ego videojuego que refuerza las características de la banda, la retórica de sus letras, su poética, su universo estético tanto musical como visual, así como la predisposición de Vetusta Morla para utilizar estrategias innovadoras y poco convencionales en el lanzamiento de su música. En otras palabras, Alice parece ser un alter ego de la banda, hasta tal punto que cuando aparecen los versos de canciones de Vetusta Morla en la narrativa del videojuego se confunde la realidad de la banda con la ficción de Alice. En cualquier caso, el videojuego establece una conexión intertextual con otras canciones del grupo.

En cuanto al segundo objetivo, no cabe duda de que existe una expansión transmedia, ya que el videojuego cuenta con diversas plataformas que muestran el relato por otros medios. En este sentido, hemos observado la existencia de disco físico y digital, página web, *merchandising*, videoclips, aplicaciones y UGC, un total de siete plataformas que muestran alguna o varias cualidades del contenido. Sin embargo, si volvemos a las indicaciones de los autores citados en el marco teórico sobre las características de las narrativas transmedia (Jenkins, 2009; Guerrero-Picó y Scolari, 2016; Scolari, 2013) observamos que la historia se expande por varios me-

dios, pero no en todos los casos existe una ampliación del relato, que sí se observa con mayor claridad en los videoclips y el UGC. Por tanto, de esta investigación se desprende que *Los ríos de Alice* no cuenta con una producción transmedia planificada por parte de sus productores, sino que más bien se observa una adaptación del videojuego al formato de videos musicales. Al contrario que en el caso de Gorillaz (Jost, 2015; Jeffrey, 2017), los productores no han dirigido la expansión transmedia de los fans, a pesar de que los resultados de estos investigadores indicaron que los fans generan una respuesta más positiva a los productos que vende la banda si ha formado parte activa de la conceptualización del relato musical. En este sentido, tanto Delirium Studios como Vestusta Morla podrían haber puesto en circulación a través de las plataformas de videojuego contenidos como música, ilustraciones, acertijos, etc. para que los usuarios pudieran expandir la narración de Alice creando videoclips, ilustraciones o simplemente ampliar el relato audiovisual tanto en aventuras como en personajes. Esto no ha impedido que los fans hayan invertido creatividad y tiempo en aportar nuevos contenidos a partir de *Los ríos de Alice*.

La plataforma que más destaca en esta expansión narrativa son los videoclips, donde la música, al igual que en la aplicación, juega un rol principal. Todas las canciones del álbum tienen un videoclip, y la disposición de estos vídeos construyen una secuencia narrativa evocada de forma poco explícita debido, a la ausencia de acción y a la quietud que predomina en todos ellos. Así los vídeos configuran un imaginario acorde con el videojuego en el que abundan elementos naturales que fluyen (agua, humo, lava) como lo hace un río; son estampas que invitan a observar mientras la música de cada tema avanza. Lo enigmático de estos videoclips también anima al espectador a indagar en sus posibles mensajes, una búsqueda que acabaría dirigiéndole al videojuego.

Por último, con respecto al tercer objetivo observamos que el UGC analizado fuera de las prácticas comerciales muestra una variedad de usos y aplicaciones tanto de la historia de Alice como de su banda sonora. En este sentido, los vídeos UGC que expanden de forma clara el relato responden a contenidos creativos que se enmarcan en la estética del videojuego y de los videoclips oficiales. La factura vintage y cálida en la iluminación y los filtros de la imagen, las creaciones orgánicas de los softwares visuales, la constante presencia de la naturaleza en los escenarios

y la apelación a las emociones que se muestran en estos vídeos UGC indican una alineación evidente de los fans de *Vetusta Morla* con la estética y el discurso del videojuego y del grupo, configurando un vasto abanico de producciones multimodales diseminadas en un marco temporal amplio que refuerzan, resemantizan y expanden el relato original, incluso en aquellos casos en los que los usuarios utilizan la banda sonora para sus propias creaciones.

En definitiva, el análisis de *Los ríos de Alice*<sup>11</sup> muestra cómo la metodología del estudio de caso nos permite profundizar en la casuística de cada proyecto, y pone de relieve que no todas las producciones de entretenimiento provienen de grandes franquicias, sino que un videojuego modesto desarrollado en el contexto de convergencia actual puede llegar a desarrollar las capacidades de expansión narrativa del audiovisual en general y de la música en particular, que como hemos visto destaca principalmente en la producción de vídeos musicales y en los contenidos aportados por los fans. Por otra parte, este estudio sobre *Los ríos de Alice* demuestra que el análisis multimodal es una herramienta idónea para ampliar las investigaciones sobre narración transmedia desde una perspectiva musicológica.

## Notas

- [1] Los *gamers* son los *youtubers* con mayor número de visitas y de seguidores en la red.
- [2] [https://www.youtube.com/watch?v=amkQ\\_FyKY4g](https://www.youtube.com/watch?v=amkQ_FyKY4g) (2016)
- [3] <https://vimeo.com/97862177> (2014)
- [4] <https://vimeo.com/159884142> (2016)
- [5] [https://www.youtube.com/watch?v=p2MaJETw6\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=p2MaJETw6_8) (2017)
- [6] <https://www.youtube.com/watch?v=3GvgxGSvR14> (2011)
- [7] <https://www.youtube.com/watch?v=RAEF-3ANsw8> (2016)
- [8] <https://vimeo.com/106828496> (2014)
- [9] <https://vimeo.com/118554225> (2014)
- [10] <https://vimeo.com/65633645> (2013)
- [11] Los autores agradecen a Patricia Palomares Sánchez su colaboración en esta investigación.

## Referencias

- Askwith, I. (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium* (Tesis de Máster). Massachusetts Institute of Technology. Recuperado de <https://goo.gl/gDjMpT>
- Aznar, P. (2013). Así es “Los Ríos de Alice”, las sensaciones fantásticas de Vetusta Morla convertidas en aplicación. *Applesfera*. Recuperado de <https://goo.gl/XXPKo2>.
- Collins, K. (2008). *Game sound: an introduction to the history, theory, and practice of video game music and sound design*. Cambridge: MIT Press.
- Gerrero-Picó, M. y Scolari, C. (2016). Narrativas transmedia y contenidos realizados por los usuarios: El caso de los cross-over. *Cuadernos.info* (38). 183-200. doi: 10.7764/cdi.38.76
- Gundermann Kröll, H. (2014). *El método de los estudios de caso. Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*.
- Jeffery, A. (2017). Marketing and materiality in the popular music transmedia of Gorillaz’ Plastic Beach. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(2), 67-80. doi: 10.14198/MEDCOM2017.8.2.5
- Jenkins, H. (2003, 15 de enero). Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*. Recuperado de <https://goo.gl/L3Q36X>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Jenkins, H., Ford, S. y Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York & London: New York University Press.
- Jost, C. (2015). Popular music and transmedia aesthetics: On the conceptual relation of sound, audio-vision and live performance. En E. Encabo (1º ed., 2–13). *Reinventing sound: Music and audiovisual culture*. Newcastle, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Kassabian, A. (2013). *Ubiquitous listening: affect, attention, and distributed subjectivity*. London: University of California Press.

- Kress, G. y Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold.
- Mainer, B. y Vega, P. (2015). El juego del narrador- lector-personaje en el universo transmedia de Los Ríos de Alice. *Álabe* (12), 1-20.
- Portela, L. (2011). El fenómeno Vetusta Morla. *El País*. Recuperado de <https://goo.gl/4WG6u6>
- Riera, P. (2013). Narrativa, música y transmedia en Nier: hacia una nueva obra de arte total. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 2(1), 169-186. Recuperado de <https://goo.gl/NPPJsw>
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2012). Sangre fresca publicitaria: *True Blood* y las transfusiones de la ficción. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 65-80. Recuperado de <https://goo.gl/rfu5Aj>
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2014). El relato por otros medios: ¿un giro transmediático?, *CIC*, 19, 19-37. Recuperado de <https://goo.gl/19hfUA>
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2015). El cuento de nunca acabar: precuelas y secuelas de la narración transmedia. En Rodríguez-Ferrándiz, R. y Tur-Viñes, V. (eds.). *Narraciones sin fronteras: Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 81, 21-40. doi: 10.4185/cac81
- Rueda, J. y Galán, E. (2013). Historias en el universo transmedia. El proyecto *The Beatles Anthology*. *Comunicación y sociedad*, 19, 181-212. Recuperado de <https://goo.gl/LdPKtY>
- Scolari, C. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606. Recuperado de <https://goo.gl/ejQTQC>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2014, 19 de enero). *Más allá del pentagrama: transmedia y música. Hipermediaciones*. Recuperado de <https://goo.gl/SG9Ppwy>
- Sedeño, A. (2013). El videoclip musical y su integración en narrativas transmedia: estrategias de valor para la música popular y otros empleos del formato. *Sociedad Latina de Comunicación Social*, 49-50. Recuperado de <https://goo.gl/FUp5NL>

- Tur-Viñes, V. & Rodríguez F., R. (2015). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de Pulseras Rojas en el grupo oficial de Facebook (Antena 3. España). *Cuadernos. Info* 34, 116-131. (<http://goo.gl/CcXtfd>). DOI:10.7764/cdi.34.549
- Vernallis, C. (2013). *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*. New York: Oxford University Press.
- Vizcaíno-Verdú, A. y Sánchez-Olmos, C. La música y las narraciones transmedia: Estudio de caso del "Main Title" de la serie *Juego de Tronos*. En Encabo, E. (Ed.). *Más allá de la pantalla. Música, sonido e imagen*. Sabadell: Elpoblet Ediciones. 169-204.



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).