



LA RUPTURA DE LA CUARTA PARED EN EL RELATO AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEO

Realizado por: Elena Valero Cano

Bajo la tutoría: de Inmaculada Gordillo Álvarez

Grado en Comunicación Audiovisual

Facultad de Comunicación

Diciembre 2018

Índice

1. Resumen.....	3
2. Introducción.....	4
3. Marco teórico.....	4
4. Objetivos.....	5
5. Metodología.....	6
6. Los distintos relatos audiovisuales.....	6
6.1 Relato teatral.....	6
6.2 Relato cinematográfico.....	9
6.3 Relato radiofónico.....	11
6.4 Relato televisivo.....	13
6.4.1 Informativos y entretenimiento.....	13
6.4.2 Series.....	14
6.4.3 Publicidad.....	16
6.5 Relato digital.....	17
6.5.1 Internet.....	17
6.5.2 Videojuegos.....	18
7. Tipos de ruptura.....	21
8. Conclusiones.....	22
9. Referencias bibliográficas.....	24

1. Resumen

La ruptura de la cuarta pared es un recurso audiovisual que permite a los personajes de una obra interactuar de alguna manera con los espectadores, poniendo en evidencia la ficcionalidad o consciencia propia de la representación.

El presente estudio pretende revelar las claves a la hora de aplicar este recurso. Teniendo en cuenta su extendido uso por todos los medios audiovisuales, tendremos que repasar cada apartado audiovisual, su desarrollo e innovación a través del tiempo para centrarnos en los modelos presentes. Compararemos las distintas aplicaciones, la eficacia en la recepción del público y cómo se percibe en cada contexto, además de extraer los tipos de ruptura más habituales.

Palabras clave: ruptura de la cuarta pared, audiovisual, ficción, innovación, narrativa, público.

2. Introducción

La ruptura de la cuarta pared es un poderoso recurso narrativo con la posibilidad de crear escenas o situaciones memorables, pero cuya eficacia depende también de la originalidad de la presentación y su contexto. Resulta interesante investigar la trayectoria que ha tomado a lo largo de la historia audiovisual la relación entre autor y espectador y sus repercusiones actuales. Además de tener en cuenta el medio en el que se cuenta la historia, también es cuestión de analizar el género en sí. Mientras que históricamente se ha relacionado la ruptura de la cuarta pared con el cine primitivo, la comedia, el musical y la programación infantil, somos testigos de una adaptación del recurso hacia la rama dramática y emocionalmente profunda. Un desarrollo más intricado de la metaficción y de cómo funcionan las obras desde dentro, sobre todo en el terreno de los videojuegos.

3. Marco teórico

“Imaginad justo al borde del teatro un gran muro que os separa del escenario: interpretad como si la tela no se levantara.” (Diderot, 1758)

Así establecía Denis Diderot en su *Discurso sobre la poesía dramática* una pared invisible que separa la acción de la audiencia. En el siguiente siglo, Stendhal, nacido Henri-Marie Beyle, completa afirmando:

“La acción ocurre en una sala en la que uno de los muros ha sido levantado por la varita mágica de Melpómene y ha sido sustituido por un hueco. Los personajes no saben que hay ahí un público.” (Stendhal, 1823)

Al romper la cuarta pared dejamos que el personaje, que no el actor, deje de representar su papel para reconocerse como un agente de su historia. Esto se ve claro por ejemplo en *The Purple Rose of Cairo* (1985), donde los personajes dentro de la película proyectada tienen total consciencia de su condición ficticia y sus deberes como intérpretes de una historia ajena.

Además del elemento metaficticio, el romper la cuarta pared permite una cercanía emocional con el espectador, colocando ambos mundos al mismo nivel y permitiendo

que este participe en el desarrollo de los acontecimientos de alguna manera. En la mayoría de casos, sin embargo, no se trata de derribar ese muro, simplemente hacerlo evidente. Para P. J. Futre (2013), al romper la ficción e interactuar con la realidad, se sitúan metafóricamente realidad y simulacro en el mismo plano. Esta equivalencia de mundos constituye un tipo concreto de ruptura en la que los personajes nos ven como igual de ficticios o reales, pero también engloba el fenómeno de ruptura en sí.

Actualmente, la ruptura de la cuarta pared es un método bastante extendido en la mayoría de medios audiovisuales que busca principalmente el impacto, la sorpresa del espectador, a veces llegando a obviar la coherencia narrativa necesaria para que un personaje sea consciente de la ficcionalidad de su existencia, sobre todo si no se desarrolla posteriormente (como ocurre en el caso de *Élite* (2018), donde un personaje mira a cámara para facilitar un *cliffhanger* sin que suponga luego una revelación de profundidad de la obra).

4. Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es mostrar los orígenes, la trayectoria y el estado actual del recurso de ruptura de la cuarta pared.

Los objetivos secundarios son:

- Distinguir los tipos de ruptura, la diferencia según el medio, la influencia de las funciones fáctica y conativa en la publicidad, las licencias de *easter eggs* (huevos de pascua) y el debate sobre la cuarta pared en los videojuegos, donde entra la necesidad de la suspensión de incredulidad al ser nosotros quien manejamos y alteramos el mundo de la ficción.

- Esclarecer sus posibles repercusiones con los avances tecnológicos, como ocurre con la transmedia, los *videoblogs* o la realidad virtual.

5. Metodología

Para este estudio nos centramos en un análisis de discurso basado en casos destacables que señalen las funciones, motivaciones y efectos de este recurso. En cada apartado comentaremos un medio concreto con estudios de caso como instrumentos cualitativos, siendo una investigación descriptiva.

6. Los distintos relatos audiovisuales

Pasamos a analizar el entramado audiovisual, centrándonos en los contenidos más ricos. En la actualidad hay una convergencia de medios en los que podemos encontrar líneas difusas, contenido promocional en distintas plataformas... Por ello es necesaria una clasificación ajustada a los contenidos mayoritarios. Sería posible hablar de la música, la pintura o la escultura, pero estos formatos pueden resumirse en el testimonio de Futre (2013) que afirma que, como artista, propone un universo virtual y estético en el que se adentra el espectador a través de su reflejo, siendo para él la ruptura de la cuarta pared la clave fundamental que culmina la obra y que constituye la metáfora definitiva de la hiperrealidad.

6.1 Relato teatral

El término ruptura de la cuarta pared nace en el teatro, como queda reflejado en el punto 3. Hormigón (1997) explica que los espectadores buscan espectáculos que llamen a las puertas de su capacidad intelectual y razonadora para descubrir lo placentero que subyace en el acto de aprender, asociar, desvelar o apasionarse, siendo elementos activos en el proceso de comunicación que se establece entre la escena y la sala.

Tanto en el teatro romano como en el griego, se configuró un espacio donde poner en juego una representación de una obra dirigida a un público pasivo no participante en la acción, al contrario que en los primeros rituales primitivos de teatro. Los griegos convirtieron al público en observadores de las "Tragedias", tratando de inducirles en la

purgación de los sentimientos conocida como "Catarsis". Avanzando en el tiempo encontramos el concepto de "La caja Italiana" en la cual el escenario se sitúa en un plano elevado y frente a los espectadores, siendo esta la configuración más clásica que conocemos, heredada por el cine. (Carpena, 2013)

Ya en el siglo pasado, en los ochenta se comenzó a contar con el espectador como un elemento activo, con una función propia, y la década siguiente la escritura dramática se volvió más flexible, autónoma y abierta, ampliando las posibilidades escénicas. (Hormigón, 1997)

Pese a esta consideración estandarizada de que el teatro se forma por tres paredes y una invisible que los separa del público, este es solo uno de los dos tipos de representación contemporánea, siendo este el clásico teatro de boulevard, el teatro burgués tradicional. Para la mirada del espectador, ese lugar escénico delimitado por el decorado es un pedazo separado de mundo que puede prolongarse indefinidamente. Sus puertas no desembocan en camerinos y pasillos, sino en un mundo homogéneo del mostrado en escena. (Ubersfeld, 1997)

El otro teatro es el de feria, en el que toda la maquinaria está a la vista de la audiencia. Aquí, el espectador puede ver el entorno real que rodea el lugar teatral, lo que impide que imagine el espacio extraescénico. No existe ilusión de cuarta pared en este teatro. (Ibid)

Estas no son las únicas formas de representación, pero sí las más explotadas. En Japón encontramos propuestas interesantes desde el punto de vista de la interacción, como en el *Kabuki*, que incorpora puentes por encima del público, y en el *Bunraku*, donde las marionetas tienen su lugar dentro de la fábula del espacio escénico y, a un lado, un actor representa facialmente las expresiones de estas marionetas. (Ibid)

Esta modalidad de teatro de marionetas o títeres tiene también dos modalidades, sin actores visibles o mostrándose, como en ese caso del *Bunraku*. En el primer caso también se podría utilizar la ruptura de la cuarta pared al dirigirse los títeres hacia la audiencia. De hecho, se vio la posibilidad en las primeras décadas del siglo XX de incorporar los títeres en el proceso educativo, e incluso usarlos como vehículo de comunicación en ciencias modernas como la psicología y la sociología. (Moner, 2007)

Por otra parte, sobre todo en la actualidad, podemos disfrutar de una cantidad de espectáculos y performances que se salen de estructuras más clásicas, jugando con la diferencia entre el espacio vivo y el espacio muerto.

"El público nunca está incómodo si la acción es permanentemente dinámica. Los espacios imponen ciertas condiciones y es fácil ver el precio que pagamos por cada uno de los factores que determinan la elección que hacemos del espacio." (Brook, 1987, p.113)

Durante las vanguardias artísticas del siglo XX, encabezadas por el Dadaísmo, se realizaban performances en público promoviendo una interacción con la gente que pasaba, a veces siendo entendidas estas interacciones como agresiones, cierto al buscar los artistas la reacción del público (Carpena, 2013). También es de relevancia el surgimiento de los movimientos antiarte, como el movimiento Fluxus, las aportaciones de John Cage o Nan Jun Paik, pionero en el desarrollo de sistemas tecnológicos de interacción (Diago Romero, 2012).

Lo relevante en este medio para innovar con la ruptura es comprender la importancia del espacio como herramienta, como bien se lo dan los *happenings*. Este tipo de representación en espacio abierto o cerrado implica el deseo de interesar a la mayor cantidad de personas para que colaboren en su creación y ulterior desarrollo, provocando fácilmente la ruptura de la cuarta pared (Gómez Sánchez y Cristóbal Campoamor, s.f.).

Un caso particularmente interesante sobre ruptura y espacio como *happening* en lugar cerrado es el *Rocky Horror Madness Show*. Este espectáculo basado en la película *Rocky Horror Picture Show* (1975) mantiene en una pantalla la película proyectada mientras que unos actores representando a los protagonistas interpretan los números musicales. Al principio de cada función se le reparte al público una bolsita con distintos objetos para utilizarlos en puntos concretos de la película; por ejemplo, lanzando arroz al escenario en una escena de boda. Los actores también se mezclan con la audiencia y bailan con ellos, siendo la interacción total y maximizando el aprovechamiento del espacio.

6.2 Relato cinematográfico

El cine mudo primitivo americano viene de la tradición del vodevil, donde era común hacer incisos cómicos hacia la audiencia. Por esto, romper la cuarta pared ha sido parte de la historia americana desde el principio. (Pennington, 2017). Ya en 1891, en *Dickson Greeting*, una de las primeras películas, el creador Dickson saluda con su sombrero en un *loop* de tres segundos. Al estar situado delante de la audiencia y siendo la primera película mostrada públicamente en Estados Unidos, lo más seguro es asumir que sea la primera película en romper la cuarta pared. (Pennington, 2017). Aunque definitivamente el film más recordado por este efecto es *The Great Train Robbery (1903)*, de Edwin S. Porter. Al final de la obra, un hombre dispara hacia la cámara.

"Esta secuencia se rodó aparte, y como no estaba claro en qué punto de la película introducirla –pues era una simple provocación efectista– se dejó a elección de los montadores donde ubicarla, decidiendo usarla como colofón final a la película con el fin de maximizar el efecto desconcertante." (Alonso, 2016, párr.11)

En los años consecutivos, prácticamente en todas las obras se miraba a la cámara por desconocimiento de que eso fuera algo anormal. Solo fue después de que el cine americano asimilara las normas del teatro legítimo anglo europeo que la ruptura de la cuarta pared se transformó en un concepto que destruía la ilusión de realismo. (Pennington, 2017)

El género de la comedia es el que más uso le ha dado a este recurso. En la época del cine mudo, al basar los *gags* en humor físico y visual, era recurrente que el propio actor se comunicara con los espectadores (ruptura tipo complicidad con la audiencia) o, por ejemplo, que modificara el encuadre (ruptura tipo abuso de la cámara).

"En las distintas películas de El gordo y el flaco, Oliver Hardy dirige su mirada al espectador cada vez que sufre algún percance fruto de la torpeza de su amigo, esta mirada es su forma de interactuar con nosotros, haciéndonos partícipe de su rabia y/o desesperación." (Borrueal, 2016, párr.7)

Al incorporar el sonido no solo se permitían historias más complejas, también chistes más elaborados gracias a los equívocos, dobles sentidos o elipsis, y con ello la posibilidad de incluir elementos metareferenciales.

Las rupturas se han mantenido como ingrediente recurrente en el cine de comedia, más notablemente que en el drama. Sin embargo, un buen uso puede dar lugar a momentos muy oscuros, como comenta J. M. Villalobos de *Funny Games (1998)*:

“Somos simples espectadores, nos sentimos seguros en nuestras butacas ejerciendo un malsano voyeurismo. Es entonces cuando, en uno de sus perversos juegos, uno de los psicópata nos mira de reojo y nos guiña el ojo, nos hace partícipes de sus artimañas con ese gesto que dura apenas un segundo, viola nuestra intimidad y nuestro espacio como meros observadores y nos convierte en cómplices involuntarios de sus aberrantes acciones.” (Villalobos, 2011, párr.5)

Esta forma de involucrar y culpar al espectador en los actos cometidos durante el film lo retomaremos en el punto 6.6.2.

El contacto visual con los personajes puede llegar a ser tan poderoso como en el siguiente ejemplo de *Salinui chueok (2003)*. La película se basa en una serie de asesinatos que quedaron sin resolver en Corea del Sur. Como el criminal es relativamente joven, lo más seguro es que siga vivo y es muy posible que viese esta película. Así que cuando el detective Park mira directamente a la audiencia y rompe la cuarta pared al terminar la película, lo que está haciendo es tratar de usar su don de identificar criminales entre los espectadores.

El género de terror también saca provecho de este acercamiento con vistas a aumentar la sensación de peligro -como en *Psycho (1960)*- o de forma cómica, de cineautorreferencial, al mencionar clichés de género. Los creadores también pueden aprovechar la meta-referencialidad a su beneficio, como en *Star Wars (1977)*:

“«Hay que dejar que el pasado muera. Incluso matarlo, si es necesario. Es la única forma de convertirte en lo que estás destinado a ser». (...) Le está hablando al espectador directamente, y está haciendo referencia a *Star Wars* como saga en general. Básicamente nos está diciendo que tenemos que olvidarnos de aquello a

lo que estamos acostumbrados (matándolo incluso, implicando, además, que la obra es autoconsciente de que no gustará a muchos), y, como Kojima también nos dijo en *MGS2 (2001)*, que tenemos que abrazar las nuevas ideas para no quedarnos atascados siempre con la misma.” (Martínez, 2017, párr.7)

Volviendo con la comedia, encontramos un exponente que ha descubierto este recurso a las audiencias más jóvenes ya que su humor se basa prácticamente en ello: La saga *Deadpool (1991)*. Este personaje de cómic, creado por Rob Liefeld y Fabian Nicieza, apareció en el universo *Marvel* en 1991. En este medio, sus rupturas de cuarta pared podrían corresponder más a una falsa ruptura al no ser mentalmente estable y afirmar que habla con personas que no existen (Owen Likes Comics, 2015), pero en la película se lleva al extremo reconociéndonos completamente. Su nivel de consciencia de su propia ficcionalidad le permite jugar con la crítica hasta el punto de burlarse del propio *Marvel* y de él mismo como actor en multitud de ocasiones. En la segunda entrega, de hecho, toma el control temporal y cambia distintas escenas de películas anteriores. Considerando que Ryan Reynolds (el actor que da vida a Deadpool) tiene parte de crédito en la escritura del guion, además de toda su implicación en sacar adelante la primera película, esta Ira contra el creador (punto 7) acaba por ser contra sí mismo.

Esa irreverencia en su humor le permite conectar completamente con lo que espera el público, ya que su registro de referencias se limita bastante al repertorio que pueda conocer el seguidor de *Marvel*.

6.4 Relato radiofónico

En 1938, Orson Welles dejaba uno de los momentos más memorables de la historia radiofónica. Se emitía una adaptación del libro *The War of the Worlds (1898)* con un formato realista, de informativo. "En un contexto marcado por la Gran Depresión, el locutor norteamericano pensó que tal adaptación contada en forma de noticiario de última hora calaría en el seno de la audiencia." (Santos Moya, 2013, párr.3).

Esta presunción de veracidad que implica la cercanía y seriedad del trato informativo es un gran potencial para la radio. No suele haber una cuarta pared que romper al

mantener un constante contacto con los oyentes a través de sus cartas, llamadas, peticiones musicales o el *direct addressing* al tratarnos en segunda persona.

Sin embargo, la radio cedió cifras a la televisión, especialmente la juventud, siendo la media de edad de los oyentes 51,7 años en España (Cifra de Marketing Directo). Entre las estrategias para captar a esta audiencia perdida, la radio online.

Cebrián Herreros (2018) comenta al respecto de la ciberradio que, pese a todas las renovaciones creativas, aún está por diseñar. A la programación asincrónica en los nuevos soportes le falta interactividad con la audiencia para intercambiar contenidos, participar en la producción y facilitar la autoprogramación del usuario y la incorporación al producto radiofónico de otras informaciones. De este modo se conectaría más eficazmente con un público acostumbrado a las redes y a la participación digital. Para los más pequeños, sin embargo, no se ha encontrado una fórmula.

García y Pereira (2014) analiza un descenso de oferta infantil en la radio pública y privada a partir de los años 80 en España. En un análisis de estas autoras del programa radiofónico infantil *Plis-Plas*, de Radio Galega, podemos extraer la gran funcionalidad del contenido infantil en el aprendizaje, proponiendo palabras para que los niños busquen en el diccionario. La participación de oyentes es un elemento dinamizador que a su vez potencia que más niños se involucren.

En cuanto a la propia estructura de narración en la ficción sonora, la ruptura de la cuarta pared se puede presentar incluso sin referencias directas al oyente. Oliveros (2013) explica que no es la forma lo que indica la ruptura, sino el contenido en los textos protometanarrativos o protoenfocados a la cuarta pared, como en casos de narración testimonial a un personaje oyente o en formato de cartas encontradas que se descubre al final de la obra.

La ficción sonora comprende una característica especial que la separa del formato en papel y es la falta de ruptura por consciencia leve: el acto de pasar páginas para engañarnos conscientemente sobre la naturaleza ficticia de las obras. Esta suspensión se compone por el acto y el efecto, en el que nos proponemos recibir un contenido ficticio y lo recibimos a cambio (Brown, 2010). En el caso de la lectura por audio, recibimos el contenido sin el esfuerzo de leer la palabra escrita. Por otro lado, Iser (1976) y Gerrig (1998) se centran en el acto de leer como el catalista de la imaginación y el mediador

entre lo real y lo imaginario, por lo que no lo consideran un factor negativo a la hora de sumergirse.

6.5 Relato televisivo

Pasamos a los principales contenidos en televisión tradicional y a la carta.

6.5.1 Informativos y entretenimiento

En el ámbito de la no ficción televisiva que aúna entrevistas, noticiarios, programas de variedades, concursos y demás no podemos encontrar una cuarta pared que se mantenga fija. Por norma, los conductores o presentadores de los programas se dirigirán a la audiencia o público que asiste al plató. Esta transparencia de trato, mencionada en el 6.4, lleva a una sensación de objetividad y veracidad que bien podría conllevar cierta manipulación.

Lacalle (2001) resalta la importancia que ha ido adquiriendo la personalización en los programas televisivos y la atracción que experimenta el medio por los relatos subjetivos. La neotelevisión se ha gestado gracias a la creciente hibridación de géneros y formatos. La programación informativa y de entretenimiento se ha ido reconstruyendo y ramificando en otros productos, naciendo el infoentrenimiento con los *infoshows*, los *docudramas* y los *realities*, centrándose en la figura del espectador, que se convierte en un actor al entrar en esta mecánica de conversación (Bettetini, 1984). Lacalle también especifica la importancia de la presencia del público en el plató, acudiendo en calidad de representante del espectador. La comunicación con la audiencia, pues, se realiza en dos niveles: con el público en casa y el público del plató. No se plantea una ficción que romper y sin embargo mantiene esos ingredientes teatrales de situación de la audiencia, a la que se pide también que reaccione de ciertas maneras a la “obra” central. El contacto, sobre todo con los telespectadores, se vuelve más íntimo, con más uso de la subjetividad y la palabra testimonial que difiere de la palabra ilustrativa de la prensa diaria o emblemática de la prensa periódica.

A la hora de involucrar a esta audiencia, colocada en primer plano, se recrean en distintas técnicas: la representación a través del público presente, la introducción de risas y aplausos en *off*, las llamadas telefónicas, *SMS*, tuits en vivo... (Gordillo, 2010). Un gran ejemplo de hasta qué punto se puede cruzar la cuarta pared en televisión lo encontramos en el programa de Juan y Medio *La tarde aquí y ahora*, con una sección para que personas de la tercera edad encuentren pareja. A diferencia de otros programas de citas, aquí no van invitados a conocerse en el *reality*, sino que presentan a los candidatos con un número de teléfono para que cualquier espectador pueda ponerse en contacto con ellos.

6.5.2 Series

En el terreno de la ficción, la ruptura de la cuarta se asemeja a la contemplada en el cine (punto 6.2).

En el terreno de la comedia es donde se da más la presencia de este recurso, buscando la comicidad en la sorpresa, en las auto referencias y en la ampliación del universo ficticio. Dentro de este género también encontramos multitud de dibujos animados siendo la interacción con el público un recurso muy efectivo con los niños, como mencionamos en el apartado de la radio.

Un subgénero de la comedia que aparentemente explora el concepto es el *mockumentary*. El problema que se le puede achacar es que pese a las miradas a cámara o referencias a la audiencia, no rompen su propia ficción. En *The Office (USA) (2005)*, probablemente la más destacable, los personajes son grabados por un equipo desde el principio, documentando lo que viven durante años. A menudo se muestran las cámaras, micrófonos, llegando a participar un camarógrafo en una subtrama. Puede asemejarse a una ruptura con elementos de complicidad con la audiencia, abuso de cámara o (mostrar maquinaria), pero solo se trataría en cualquier caso de una equivalencia de mundos. Los personajes no se reconocen como ficticios y cuando miran a la cámara no nos miran realmente a nosotros, sino a la cámara física. Todo dentro de su universo. En estos casos, la verdadera ruptura sería que grabara una cámara que hubiese estado apagada todo el tiempo, por ejemplo.

La comparación más clara sería el caso de *House of Cards* (2013). En esta serie, la ruptura maneja el drama como en ningún otro ejemplo de serie actual (sí comparable a *Funny Games* y réplicas de su efecto).

Frank Underwood juega con nosotros desde el principio, comunicándose a su antojo, explicándonos sus planes o aclarándonos sus intenciones congelando la escena a placer. El juego más singular viene dado por su mujer Claire. A finales de la cuarta temporada, mira a la cámara a la vez que Frank -probablemente él no sea consciente de ello-. A partir de entonces, en la quinta, se mueve entre la confirmación y el engaño, sobre si es o no consciente de nuestra presencia como espectadores. Varias miradas a cámara se desmienten cuando muestran a otro personaje delante de ella y el juego más intenso llega a aterrorizar a su propio marido. En una de sus pausas, Claire parece contestar a Frank, oyendo su monólogo personal, para continuar la acción siendo una mera coincidencia en la charla. Pero el gesto facial de Frank denota la duda sobre lo que acaba de escuchar. Hasta ese punto es relevante para la dinámica de sus personajes la ruptura de la cuarta pared. Nosotros, como público, también nos vemos afectados por ello en el instante en el que Claire oficialmente nos reconoce y nos acusa de no confiar en nuestras intenciones. Esta inconformidad marca un pequeño cambio. Durante toda la serie se nos ha tratado como un personaje de por sí, homogéneo, confidente, pero Claire nos separa como masa heterogénea de tele-espectadores reales, con unos gustos y pensamientos no controlables por los personajes ficticios.

Continuando con el drama, debemos hacer un apunte interesante. En *American Horror Story* (2011) se produce un fenómeno que, si bien no rompe la cuarta pared de forma tradicional, sí nos atañe como audiencia. En esta serie, cada temporada cuenta una historia independiente con personajes diferentes pero interpretados en su mayoría por un reparto fijo a lo largo del tiempo. Por lo tanto, en su sexta temporada, *American Horror Story: Roanoke* (2016), el cariz de falso documental que toma se desvela por nuestro conocimiento de que son los mismos actores de otras temporadas que aquí aseguran vivir hechos reales. Esta ruptura pertenecería a la consciencia leve en un nivel bastante inusual.

6.5.3 Publicidad

En la publicidad podemos ver reflejadas las aportaciones creativas de otras vías y programas experimentales y, al mismo tiempo, genera nuevos contenidos y fórmulas (Cebrián Herreros, 2018). Este potencial se desarrolla en la era de la hipertelevisión gracias a la hibridación de géneros (Gordillo, 2010)

Una forma de ruptura de la cuarta pared en la programación se debe a la intrusión de la publicidad con formas como el patrocinio, las sobreimpresiones, el *bartering*, los microespacios, el *product placement*, la noticia publicitaria y otras modalidades (Gordillo, 2010).

En la estructura general de anuncios proyectados en televisión, encontramos dos vertientes principales:

- Anuncios que desarrollan una situación y la completan con rótulos o voces extradiagéticas (que tienden a hacer referencias directas al espectador).
- Anuncios en los que los actores se dirigen a los espectadores.

El tipo de ruptura más aprovechado por la publicidad, especialmente en la situacional, es el apoyo en la cuarta pared (meta referencialidad), con conversaciones "casuales" que llevan a la necesidad del producto.

Con respecto al nivel de éxito en las estrategias publicitarias, De la Cruz Rubino indica que numerosas investigaciones han mostrado una correlación negativa entre la edad del niño y la actitud positiva frente a la publicidad en televisión. "Esto se debe a que a mayor edad, los niños comprenden mejor el intento persuasivo de la publicidad y reconocen su manipulación inherente." (De la Cruz Rubino, 2014)

Es especialmente interesante mencionar la publicidad interactiva, encontrada principalmente en internet. Es difícil encontrar campañas publicitarias actuales que carezcan de una versión enfocada a redes sociales. Las más directas pueden pedirte una foto con el producto o su mención a cambio un premio o entrada a sorteo de este, pero encontramos casos que buscan aún más la mediaticidad de manera inteligente. Scrabble, en 2012, animó a los usuarios de Twitter a ganar puntos según qué palabras escribían, como en el mismo juego que promocionaban. Creaban expectación en el usuario y, al mismo tiempo, ellos promocionaban el producto a sus redes de contactos.

Pero si hay un caso a destacar como viralidad publicitaria es el de Twitch, además de una forma inusual.

En febrero de 2014, un programador australiano creó un experimento social en el que, a través de la plataforma Twitch, se retransmitía una partida de *Pokémon Red* (1996). Lo especial de esta retransmisión es que permitía a todos los espectadores participar votando los comandos del juego por el chat. Completaron el juego en 16 días y en los E3 de 2014, Twitch fue galardonado con el Récord Mundial de “mayor número de participantes en un videojuego online para un solo jugador”, con 20 millones de espectadores, de los cuales más de un millón participaron activamente.

Tras este experimento viral que sirvió en sí de publicidad para Twitch, surgieron otros modelos similares, a mencionar la marca Old Spice, con una retransmisión similar.

6.6 Relato digital

Pese al fenómeno multiplataforma y la disolución de las fronteras entre los medios, es necesario comentar dos formatos audiovisuales con ciertas características propias.

6.6.1 Internet

“Todos hacemos y todos consumimos, la pantalla se disuelve y sólo hay un lado”, declaraba Jaime Altozano (2018) en uno de sus vídeos.

En el siglo XXI, Internet emerge como una ventana de consumo de todo tipo de contenidos de no ficción, ficción, interactivos, y con opción de convertirnos en prosumidores gracias a la web 2.0. Aquí confluye el resto de medios en su formato digital con los agregados que proporciona el afectar el contenido y producir *feedback* inmediato. Internet permite un flujo total de información entre las distintas plataformas y contacto directo de marcas y celebridades con los usuarios, por lo que no hay ningún tipo de obra que permanezca inalterable. En cuanto al tema que nos concierne, en el ámbito de ruptura de la cuarta pared, estas plataformas mezclan todos los estilos vistos.

Los *videoblogs* suelen tener un carácter "informativo", hablando directamente a la audiencia. Los productos de ficción se comportan igual que los de televisión, con rupturas opcionales. Los videoclips pueden tener un carácter comunicativo, siendo incluso una ventana para que los artistas se expliquen o denuncien situaciones a sus fans (Arif, 2017). Los vídeos interactivos, en los que se puede elegir caminos para continuar la historia o el tema en cuestión, se asemejan a la mecánica de los videojuegos, en el que el factor interactivo no supone una ruptura en sí gracias a la suspensión de la credulidad. Según explica Toni Cuadrado (2012), se trata de subir varios vídeos que se pueden vincular a través de las funciones de la plataforma para crear diversos itinerarios que conducen a distintos hilos narrativos.

Estas modalidades conciernen a los vídeos independientes, pero otra característica esencial de vídeo en YouTube, Twitch o incluso en las redes sociales son las emisiones en vivo. En ellas, el creador del contenido puede leer comentarios de la audiencia en tiempo real y responder y reaccionar ante ellos, controlando esta audiencia de alguna forma el contenido que está consumiendo.

La categoría de vídeo online más dedicado a romper la cuarta pared, con intención de centrarse en el disfrute de la audiencia, es el ASMR, que se traduce como Respuesta Meridiana Sensorial Autónoma. El término fue acuñado por primera vez en 2010, en un foro de salud, para comentar un fenómeno poco investigado que le ocurre a gran parte de la población.

Los "artistas del ASMR" que se dedican a grabar estos vídeos fingen estar de forma presente con el espectador, como si no hubiera un dispositivo de por medio, buscando reproducir sensaciones lo más reales posibles (recurriendo normalmente a una gama alta de productos de audio y cámara). La inmersión debe ser total.

6.6.2 Videojuegos

En el terreno de los videojuegos es donde encontramos el mayor despliegue creativo relativo a este fenómeno. Bien es cierto que al requerir el juego de nuestras acciones físicas, se podría pensar que no hay una cuarta pared que romper, pero aceptando este

requisito del medio, todo lo que se salga de que la historia nos ignore ya nos produce ese efecto.

Villalobos (2015), que estudia las influencias mutuas entre el cine y los videojuegos, destaca que, a pesar de que encarnamos al protagonista y responde ante nuestras acciones, siempre hay una barrera mental. Todo lo que vemos dentro de la pantalla permanece ahí, por mucho que nuestras decisiones cambien los acontecimientos. Sin embargo, hay ciertos mecanismos para recordarnos que estamos fuera y no fusionados con el juego, para pasar de la mera interactividad a la ruptura en sí. En *Silent Hill Wii* (2009), por ejemplo, el teléfono suena en el mando que tenemos en nuestra mano y una voz contesta en el altavoz al llevárnoslo al oído.

Los videojuegos han buscado maneras para crear complicidad y asombrar a su audiencia, generando guiños constantes (Carpena, 2013) donde entra toda la gama de *easter eggs* (huevos de pascua), vistos a su vez en el cine pero no de una manera tan desafiante. Encontrar los pequeños detalles escondidos por los creadores es una labor tan apasionante que ha dado lugar a historias como la de *Ready Player One* (2011), basada en este concepto.

A nivel narrativo se suele encontrar autoconsciencia de ficcionalidad por parte de personajes y reconocimiento del papel del jugador, ruptura del tipo inconformidad con el creador -como en *Nier: Automata* (2017), que te permite cambiar el final junto con otras personas reales- o con el jugador -como en *Animal Crossing* (2001), donde si apagas la consola sin guardar aparece un personaje que te regaña-, chistes metaficticios y puras reflexiones sobre el género.

Y sobre esto último encontramos en *Save The Date* (2013) un gran ejemplo. Lo que comienza siendo un dating simulator, se transforma en una experiencia reflexiva sobre la necesidad de un FIN que satisfaga nuestras necesidades de cierre y solución de puzles. El creador nos pide que cerremos el juego si no nos gustan las opciones trágicas, que creamos nuestra propia historia. Sin ser demasiado rígido en la premisa de "la muerte del autor", -donde el creador de la obra desaparece para dar lugar a los lectores que se apropiarán de ella- corta con los finales cerrados y oficializados. Esto se explora en muchos independientes -todo un género en sí que suele buscar la creatividad a la hora de renovarse-, con *Moirai* (2016) como un caso muy curioso. El juego estuvo disponible cerca de un año hasta que se eliminó para impedir la presencia de hackers. Hasta enton-

ces, triunfó en los círculos de juegos independientes por su interesante planteamiento: Tú no decides el destino de tu personaje, sino otro jugador que se encontrará contigo y te perdonará o no la vida. La resolución te llegará por correo.

La otra manera que tienen los videojuegos de romper la cuarta pared es aprovechando el potencial del dispositivo físico: la consola, teclado, ratón... Así nos explica Villalobos uno de las rupturas más reconocidas, la de *Metal Gear Solid (1999)*. El personaje de Psycho Mantis desea mostrarnos sus poderes psíquicos y para ello nos da datos personales, nuestros juegos favoritos, por ejemplo. Esto se logra leyendo los datos de partidas guardadas en la tarjeta de memoria de la consola. Además, presume de telequinesis haciendo vibrar el mando, desplazándolo. Para terminar con el enfrentamiento, hay que cambiar el mando de puerto.

Eliza Velasquez, desarrolladora de *OneShot (2016)* junto con Casey Gu, reconoce que su juego se inspira mucho en este personaje de *Metal Gear Solid*. En *OneShot* manejamos a un personaje que nos reconoce como su deidad y nos habla directamente por nuestro nombre, el cual no le hemos dado. El juego busca en tu ordenador ese dato, al igual que soltará mensajes en archivos de texto en la carpeta de documentos o cambiará el fondo de pantalla para darte pistas. Dentro de la historia, aunque mueves al personaje, las opciones de diálogo que eliges son las tuyas para hablarle, habiendo una separación bastante clara entre lo que hace y lo que sabe cada uno. Nos colocamos a su mismo nivel en equivalencia de mundos, esta vez a nivel ficticio. Nosotros formamos parte de la historia también.

El problema de estos juegos que utilizan tan inteligentemente el soporte es la desactualización. En *Eternal Darkness (2002)*, por ejemplo, se juega con nuestra mente con engaños como presentar un "pantallazo azul", como si el ordenador hubiese dejado de funcionar. O esos mismos signos en el televisor, si se trataba de consola. Mientras que es un recurso muy poderoso, en el momento en el que se juega en un televisor actual, deja de ser creíble, siendo algo muy a tener en cuenta a la hora de diseñar estos mecanismos de ruptura.

7. Tipos de ruptura

Vemos que romper la cuarta pared no se reduce al mismo esquema mecánico. Tras un análisis de los medios también queda contemplar los tipos de ruptura.

-Consciencia leve: Es la experiencia diluida por la suspensión de la incredulidad, como la música extradiegética, los subtítulos o el uso de dispositivos para videojuegos.

-Detrás de la pared: Sucede al mostrar la maquinaria, los escenarios, trabajadores...

-Abuso de la cámara: Ocurre cuando un personaje, objeto o efecto altera, toca o hace referencia a la cámara que está enfocando la acción.

-Complicidad con la audiencia: Al hacer uso de miradas y comentarios que muestran emociones de vergüenza, desconocimiento, peticiones de ayuda...

-Falsa ruptura: La insinuación de ruptura que se desmiente posteriormente, como en las cartas encontradas o en testimonios.

-Narración: Cuando esta se refiere al público y no a un oyente dentro de la historia, como vimos en la protometanarratividad del 6.4.

-Meta-referencialidad: También encontrado como "apoyo en la cuarta pared", que compara dos niveles, el "real" y ficticio. Por ejemplo, cuando los personajes hablan de una situación que ellos mismos viven en su historia.

-Metaficción: Total consciencia de la obra de su propia ficcionalidad y uso de sus recursos para analizar o criticar su género o universo.

-Inconformidad con el creador: Ruptura que sucede cuando uno o varios personajes se alzan en contra de su destino escrito, rebelándose y construyendo uno propio. Como se mencionaba en el 6.6.2, la rebelión puede ocurrir contra el propio jugador.

-Cambio de mundo: Sucede cuando los personajes cambian de mundo. Por ejemplo, si un dibujo animado aterriza en el universo "humano" o en crossovers.

-Equivalencia de mundos: Los personajes nos reconocen como audiencia, pero al mismo nivel ficticio o real que ellos.

Pese a estos ejemplos claramente definidos, muchos espectadores no conocen lo suficiente los límites de este fenómeno, pudiendo encontrar recopilaciones de "Miradas

que rompen la cuarta pared", en las que solo se trata de un plano subjetivo de otro personaje.

Una obra puede combinar varios tipos de ruptura para enriquecerse, como en los casos de terror o comedia en los que el narrador es atacado por el monstruo de la historia.

Por otro lado, existe la opción de "mantener la cuarta pared" para crear una complicidad y fidelización con la audiencia, sobre todo a la hora de crear páginas o perfiles sociales falsos según lo que se ha visto en la obra.

En el caso de *Breaking Bad* (2008), el enlace de recaudación de fondos para la enfermedad de Walter te permite ver la página tal como aparece en la serie y al clicar en "donar", te lleva a AMC para ver los capítulos. El problema de este recurso es mantener estos dominios y la mayoría de páginas temáticas de series acaban convertidas en sitios pornográficos o de carácter fraudulento.

7. Conclusiones

Mientras que la ruptura de la cuarta pared se originaba en un único medio como era el teatro, con unas funciones bastante concretas, en la actualidad podemos encontrar un rango diferenciado de propósitos y efectos.

En el mundo teatral, de hecho, vemos que el arte busca extenderse fuera del escenario, fuera del edificio, hacia performances que experimenten con esa ruptura total de paredes.

En el terreno de la ficción, observamos que las narrativas se enriquecen con las nuevas posibilidades, la profundización y los guiños, entre la originalidad y el cliché para los que piensan que no queda nada por escribir. Sí es notable la falta de estudio sobre el sentido y las consecuencias de la ruptura de la cuarta pared en las series de televisión, abundando las listas de programas donde ocurre sin analizar propiamente su efecto.

Más allá del tipo de contacto con el espectador, la innovación, sobre todo en el medio digital y del videojuego, busca el aprovechamiento del soporte y sus características concretas.

En la publicidad vemos la gran influencia de internet, de la viralización y del aprovechamiento de espacios y medios para la promoción, además de las posibilidades de *feedback* con el *target*, en pos de una publicidad más efectiva o directamente una personalización del servicio para fidelizar al usuario.

A partir de aquí queda observar la evolución de la realidad virtual y cualquier posible cambio en los medios informativos que, como hemos observado, mantienen un estilo directo con el oyente solo alterado por la presencia de las redes sociales.

8. Referencias bibliográficas

- Academic, consulta "Cuarta pared": <http://www.esacademic.com/dic.nsf/eswiki/>
- Alcántara, D. (2016). La cuarta pared [en línea]. Recuperado de <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/blogs/cine/2341-la-cuarta-pared>
- Alonso, D. (2016). Rompiendo la cuarta pared. [en línea]. Recuperado de <https://charlasdesobremesa.com/2016/01/14/cuarta-pared/>
- Altozano, Jaime. [Jaime Altozano]. (2018/11/09). ROSALÍA: Lo que nadie está diciendo sobre EL MAL QUERER | Jaime Altozano. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=NgHXFTgaVT0>
- Arif, K. (2017). Breaking the Fourth Wall in K-Pop: Voyeurism and Talking About Reverse Panopticons. [en línea]. Recuperado de https://www.academia.edu/34377637/Breaking_the_Fourth_Wall_in_K-Pop_Voyeurism_and_Talking_About_Reverse_Panopticons
- Auter, P., & Davis, D. (1991). When Characters Speak Directly to Viewers: Breaking the Fourth Wall in Television. *Journalism Quarterly*, 68(1-2), 165-171.
- Blanco, I., & Römer, M. (2010). *Los niños frente a las pantallas*. Madrid: Editorial Universitas.
- Borrueal, I. (2016). La ruptura de la cuarta pared en el cine. [en línea]. Recuperado de <https://eldocumentalistaudiovisual.com/2016/02/01/la-cuarta-pared-en-el-cine/comment-page-1/>

- Brook, P. (2001). Más allá del espacio vacío, 1947,1987. Barcelona: Alba Editorial.
Consultado para anotar la cita en <http://actors-studio.org/web/images/pdf/brook.peter.mas.alla.del.espacio.vacio.pdf>
- Brown, D. (2010). The suspension of disbelief in videogames. Recuperado de https://www.academia.edu/15343978/The_suspension_of_disbelief_in_videogames
- Brown, T. (2012). Breaking the fourth wall: direct address in the cinema. *Choice Reviews Online*, 50(04).
- Carpena, N. (2013). La cuarta pared, ¿el espacio del diálogo?. [en línea]. Recuperado de http://studylib.es/doc/7248394/nicola-carpena_la-cuarta-pared--el-espacio-del
- Cebrián Herreros, M. (2018). Innovación radiofónica. La creatividad en el contexto de la radio actual. *TELOS*, 60. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=2%26rev=60.htm>
- ComicVine, consulta "Cuarta pared": <https://comicvine.gamespot.com/fourth-wall/4015-44795/>
- Conway, S. (2010). A circular wall? Reformulating the fourth wall for videogames. *Journal Of Gaming & Virtual Worlds*, 2(2), 145-155.
- Cuadrado, T. (2012). Vídeo y narrativa digital. [en línea]. Recuperado de <https://narrativadigital2012.wordpress.com/2012/04/17/video-y-narrativa-digital/>
- Davis, N. (2015). "Not a soul in sight!": Beckett's Fourth Wall. *Journal Of Modern Literature*, 38(2).

De la Cruz Rubino, Y. E. (2014). La actitud de los niños frente a la publicidad televisiva y su influencia en la decisión de compra de yogurt en la ciudad de Tingo María (Licenciatura). Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Diago Romero, A. (2012). Desmontando la 4º pared: Estrategias escénicas para un público más activo. [en línea]. Recuperado de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/18014/Aurora_4pared.pdf?sequence=1

Diderot, D. (1758). Le pere de famille. Amsterdam.

Downey, P. (2001). Serious Serious Comedy: The Philosophical and Theological Significance of Tragic and Comic Writing in the Western Tradition. Lanham: Lexington Books.

Ectric, W. (2005). Metafiction and the 4th Wall. [en línea]. Recuperado de <http://www.litkicks.com/FourthWall>

Futre, P. (2013). ROMPIENDO LA CUARTA PARED Paulo J. Futre. Texto de artista. [en línea]. Recuperado de <http://studylib.es/doc/7135526/rompiendo-la-cuarta-pared-paulo-j.-futre.-texto-de-artista>

Gallagher, R. (2011). 'ASMR' Culture and the Reading of the Black Boxed Self. [en línea]. Recuperado de https://www.academia.edu/14144933/_ASMR_Culture_and_the_Reading_of_the_Black_Boxed_Self

Gómez Sánchez, M. and Cristóbal Campoamor, I. (s.f.). Happening el arte en acción. [en línea] masdearte. Recuperado de <http://masdearte.com/movimientos/happening/>

- González Cabeza, I. (2017). El narrador. Recuperado de <http://bibliotecas.unileon.es/tULEctura/2017/05/31/narrador/>
- Gordillo, I. (1999). Informativos en Andalucía. Granada: Junta de Andalucía. Consejería de Cultura.
- Gordillo, I. (2010). Manual de narrativa televisiva. Madrid: Síntesis.
- González, M. (2015). Lágrimas de luz. Posmodernidad y estilo en la ciencia ficción española. Sportula Ediciones.
- Helixpedia, consulta “Twitch Plays Pokemon”: http://helixpedia.wikia.com/wiki/Twitch_Plays_Pokemon
- Ingvarsson, J. (2013). Literature through radio: Distance and silence in The War of the Worlds, 1938/1898. Recuperado de https://www.academia.edu/21761221/Literature_through_radio_Distance_and_silence_in_The_War_of_the_Worlds_1938_1898
- Irigoyen Regueiro, L. (2015). El metajuego y la subversión de la narrativa tradicional en The Stanley Parable. [en línea]. Recuperado de https://www.academia.edu/19788809/El_metajuego_y_la_subversi%C3%B3n_de_la_narrativa_tradicional_en_The_Stanley_Parable
- Izquierdo, A. (2017). El atractivo de lo meta y la ruptura de la cuarta pared en televisión. [en línea]. Recuperado de <https://www.espinof.com/diccionario-cine-television/lo-atractivo-de-lo-meta-y-la-ruptura-de-la-cuarta-pared>
- Kukkonen, K., & Klimek, S. (2011). Metalepsis in popular culture. Berlin: De Gruyter.
- Lacalle, C. (2001). El espectador televisivo. Barcelona: Gedisa Editorial.

- Livingstone, S. (2011). Interactivity and participation on the Internet: young people's response to the civic sphere. [en línea]. Recuperado de https://www.academia.edu/23194713/Interactivity_and_participation_on_the_Internet_young_peoples_response_to_the_civic_sphere
- Locksley, R. (2015). Conoce la fascinante historia de Deadpool. [en línea]. Recuperado de <https://www.vix.com/es/btg/comics/3251/historia-de-deadpool>
- Martínez, R. (2017). Los Últimos Jedi y el posmodernismo. [en línea]. Recuperado de <https://medium.com/@RubenMMB/los-ultimos-jedi-y-el-posmodernismo-a50d01f0e205>
- Marketing Directo. (2018). La radio española: una "cincuentona" sin atisbos de rejuvenecimiento a la vista | Marketing Directo. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/medios/la-radio-espanola-una-cincuentona-sin-atisbos-de-rejuvenecimiento-a-la-vista>
- Matanzo, R. (2013). Convergencia de medios. Recuperado de <https://www.roastbrief.com.mx/2013/08/convergencia-de-medios/>
- Mateos Sainz de Medrano, V. (2003). La radio: voz, sonido e información. Madrid: Universidad Antonio de Nebrija.
- Miguel Trula, E. (2018). El mito del pánico que causó La Guerra de los Mundos y las fake news de los años 30. Recuperado de <https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/el-mito-del-panico-que-causo-la-guerra-de-los-mundos-y-las-fake-news-de-los-anos-30>
- Miller, T. (2010). Television studies. London: Routledge.
- Moner, T. (2007). Títeres en Occidente. [en línea]. Recuperado de <http://www.teiamoner.com/licencia/occidentE.htm>

Moreno Cazalla, L. (2018). Smart speakers para conectar con los oyentes más jóvenes de radio online. Recuperado de <https://planetachatbot.com/smart-speakers-para-conectar-con-los-oyentes-m%C3%A1s-j%C3%B3venes-de-radio-online-dc3a01988f0c>

Oliveros, J. (2013). Rota una, rotas todas: la ruptura de la cuarta pared como nuevo canon narrativo. [en línea]. Recuperado de https://www.academia.edu/31150479/ROTA_UNA_ROTAS_TODAS_LA_RUPTURA_DE_LA_CUARTA_PARED_COMO_NUEVO_CANON_NARRATIVO

[Owen Likes Comics]. (2015/08/11). How DEADPOOL Can Break the Fourth Wall. [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=SU_EZPD62qU

Pedrero, L. (2016). 5 tendencias de radio digital en 2016. Recuperado de <https://innovacionaudiovisual.com/2016/01/14/5-tendencias-de-radio-digital-en-2016/>

Pennington, J. (2017). What was the first movie to break the 4th wall?. Recuperado de <https://www.quora.com/What-was-the-first-movie-to-break-the-4th-wall>

Russell, K. (2014). Twitch Turns “Twitch Plays Pokémon” Into A Native Ad Format. [en línea] TechCrunch. Disponible en: <https://techcrunch.com/2015/04/11/twitch-turns-twitch-plays-pokemon-into-a-native-ad-format/>

Rice, P. (2012). "Oh Such a Good Sound": A Case for a Macrocosmic Aesthetic of Grace in ASMR. [en línea]. Recuperado de https://www.academia.edu/19679085/_Oh_Such_a_Good_Sound_A_Case_for_a_Macrocosmic_Aesthetic_of_Grace_in_ASMR

Roig, E. (2010). La ruptura de la cuarta pared. Detail, 6.

Sagra, M. (2007). Rompiendo la cuarta pared. [en línea]. Recuperado de <https://elblogdemanu.com/rompiendo-la-cuarta-pared/>

Santos Moya, A. (2013). El día que Orson Welles sembró el pánico con «La guerra de los mundos». [en línea] abc. Disponible en <https://www.abc.es/cultura/20131030/abci-aniversario-orson-welles-guerra-201310300614.html>.

Smith, A. (2018). Andrew Smith ASMR. [en línea]. Recuperado de

Stendhal. (1823). Racine et Shakespeare.

Suárez, J. (2013). Teatro interactivo?. [en línea]. Recuperado de <http://teatroyrealidadvirtual.blogspot.com/2013/09/teatro-interactivo.html>

Sukic, T. (2016). What is the literary equivalent of breaking the fourth wall?. [en línea]. Recuperado de <https://www.quora.com/What-is-the-literary-equivalent-of-breaking-the-fourth-wall>

Teruel, S. (2014). Influencia de la publicidad televisiva en los menores. Análisis de las Campañas "Vuelta al cole" y "Navidad" (Doctorado). Universidad de Málaga.

TvTropes, diferentes consultas. <https://tvtropes.org/>

Ubersfeld, A. (1997). La Escuela del espectador. Madrid: Publicaciones de la Asociación de Directores de Escena de España.

- Ueland, S. (2012). 10 Brand Campaigns on Twitter. [en línea] Practical Ecommerce. Disponible en: <https://www.practicalecommerce.com/10-Brand-Campaigns-on-Twitter>
- Vázquez Barrio, T. (2011). ¿Qué ven los niños en la televisión?. Madrid: Universitas.
- Vilageliu, J. (2006). La cuarta pared. Elementos para una puesta en escena teatral. Cuadernos Del Ateneo, N°. 21, 121-130.
- Villalobos, J. (2015). Cine y videojuegos. Sevilla: Héroes de Papel. Reconsulta de la cita en <https://www.espinof.com/espinof/cine-y-videojuegos-si-te-hablo-a-ti-rompiendo-la-cuarta-pared>
- VV AA. (2006). La Televisión no lo filma (8th ed.). Sevilla: Asociación Cultural comenzemos empezemos.
- Weir, L. (2014). Audience manipulation? Subverting the fourth wall in Pina Bausch's Kontakthof (1978) and Nelken (1982). The Scottish Journal Of Performance, 1(2), 17-36. doi: 10.14439/sjop.2014.0102.03
- Winkie, L. (2017). OneShot is a bizarre adventure game full of fourth-wall-breaking moments. [en línea]. Recuperado de <https://www.pcgamer.com/oneshot-is-a-bizarre-adventure-game-full-of-fourth-wall-breaking-moments/>
- Wolkowicz, D. (2015). Narrativas enriquecidas. Posibilidades alternativas en la producción de libros electrónicos a partir de los formatos apps. [libro electrónico]. Recuperado de https://artesmultimediales1.files.wordpress.com/2015/02/daniel-wolkowicz_narrativas_enriquecidas_2014.pdf