

IMBERT, G. *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Càtedra, 2008. ISBN 9788437624990

PER NEL·LO PELLISSER ROSSELL

Professor de comunicació audiovisual de la Universitat de València-Estudi General



Perduts en el desert del que és hiperreal

Com adverteix el mateix autor, el llibre que ara presenta és la prolongació natural d'un treball anterior: *El zoo visual. De la televisió espectacular a la televisió especular*. En aquesta obra, Gérard Imbert partia del supòsit que la televisió és una màquina de produir espectacle que s'erigeix en productora d'una realitat que denominava *sui generis*, és a dir, "que se complace en lo especular y lo hiperreal y procede mediante una licuefacción —por no decir liquidación— de las identidades" (Imbert 2008: 226).

Ara, amb *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales* (2008), la seva última aportació en forma de llibre, dóna una nova perspectiva en l'anàlisi sobre el medi per establir que la televisió juga amb aquesta realitat, la transforma, la manipula, la duplica i fins i tot la deforma. La parada dels monstres esdevé ara un escenari pel qual desfilen tota mena de personatges grotescs, d'individus metamorfosejats davant l'excitació que provoca l'escenografia del plató televisiu i les òptiques de les càmeres. D'aquesta percepció deriva l'exploració reiterada que l'autor realitza al llarg del treball del camp semàntic del transformisme teatral (el cabaret, la *performance*, els *clowns*, les *drag queens* etc.) per referir-se, i per analitzar, les mutacions recents de la televisió.

Fem un mica d'història. La paleotelevisió, concepte encunyat per Umberto Eco i que apareix en altres autors com Dominique Wolton i Jean-Louis Missika, fa referència a una època en la qual predomina el model de televisió generalista tutelada per l'estat en l'època del monopoli. Si amb la transició a un model comercial i privat la paleotelevisió deixava de ser "una ventana al mundo" per convertir-se en "espacio de proyección", en un mirall del subjecte, amb la posttelevisió, mitjançant la deformació, la paròdia i la reflexivitat, la televisió es mira si mateixa en un mirall deformat que projecta una imatge grotesca i desfigurada. És a dir, espectacle, simulacre i duplicació com els tres estadis d'aquest procés de transformació de la realitat. I és la "duplicación", la que aglutina tot un seguit de propostes omnipresents en les graelles de programació

recents, com ara els programes que parodien als informatius, les imitacions humorístiques, el mimetisme dels famosos i la informació rosa.

En aquest nou treball Gerard Imbert, professor de la Universidad Carlos III de Madrid, coincideix en el concepte de la posttelevisió i la descriu com "una televisión más lúdica, que juega con los roles y rompe con el pacto de verosimilitud que ha dominado todo el relato moderno" (p. 34) "[...] una inflación de formas narrativas y expresivas, que afecta tanto a la telerrealidad como a los programas de entretenimiento que invaden las pantallas en las franjas horarias nocturnas, cumpliendo una clara función carnavalesca" (p. 44) "[...] un discurso que se recrea en un juego con la representación de la realidad, que se salta las fronteras entre géneros y categorías, diluye la noción misma de realidad y de identidades estables, juega con la porosidad y el estatus de veridicción, base de la credibilidad de los mensajes y fundamento de una relación razonable con la realidad representada, acercándonos a la ficción, sin que estemos tampoco en los géneros de ficción" (p. 55).

La fonamentació teòrica i la metodologia de treball d'*El transformismo televisivo* és "deliberadamente pluridisciplinar", segons la qualificació del mateix autor. Així, en les seves pàgines conflueixen les aportacions de la semiologia de Roland Barthes, de la semiòtica d'A. J. Greimas i la seva escola aplicada al camp de la comunicació de masses, amb una dimensió socioantropològica (J. Baudrillard, M. Maffesoli i J. Ibáñez, entre d'altres), i amb una remarcable presència de la perspectiva comunicativa (U. Eco, F. Colombo, O. Calabrese, P. Virilio, J. González Requena i J. Martín Barbero, entre una nòmina d'autors extensa).

Per G. Imbert el punt de partida és que els grans relats del món estan en crisi i que la televisió es crea cada vegada més en allò que és minúscul, en allò que és quotidià, en allò que és residual. Es tracta, doncs, d'una qüestió narratològica, de la manifestació de noves formes narratives, de noves formes de veure i de relacionar-se amb el saber.

El llibre està organitzat en dos blocs. En el primer, i amb el

títol de “Los juegos con la realidad”, l'autor dissectiona la televisió com a espai de transformació i de deformació de la realitat, amb l'emergència del que és grotesc, del que és *freak* (el que és monstruós) que, en contra del que caldria esperar, resulta atractiu.

En la segona part, sota el títol “Els jocs amb la identitat” i com a conseqüència de la crisi de la realitat, l'autor aborda, amb caràcter transversal, els aspectes amb una forta càrrega simbòlica rellevant en el medi televisiu. Un n'és la construcció de la identitat i els jocs que s'estableixen al voltant seu, com el de les identitats prestades que propicia la televisió, i que podem trobar en els *realities* de convivència, com ara *Supervivientes* i *La granja de los famosos*; així com en altres propostes com *Cambio radical* o *El rival más débil*. La càrrega simbòlica també es percep en com el cos s'erigeix en gran referent del discurs televisiu: de forma específica en les violències simbòliques, sent la mort la gran absent de la representació televisiva, mentre existeix simultàniament una mort hipervisible.

En síntesi, aquest nou text de G. Imbert, com fa des de fa anys, contribueix amb nous arguments a obrir —a reobrir, més aviat— el debat del paper de la televisió en el món contemporani i la manera com se'n construeixen i se'n projecten els continguts. La proposta no deixa de resultar estimulante en la cruïlla audiovisual en la qual ens trobem, tot i que, en conjunt, potser s'acusa la reiteració de determinades expressions i idees clau del treball, fruit, possiblement, del fet que alguns dels capítols han estat publicats amb anterioritat com a part de llibres col·lectius o en forma d'articles, com els capítols VI i IX. No obstant això, aquestes reiteracions prenen dimensions noves i específiques en l'estructura i el desenvolupament d'aquest treball.

D'altra banda, el llibre posa de manifest que l'autor és un espectador atent al flux discursiu de la televisió, al palimpsest de la programació televisiva a Espanya, França i els Estats Units. A això cal afegir-hi l'ampli espectre teòric amb què aborda les seves anàlisis i que abasta des de la dimensió semio-narrativa dels discursos a la dimensió socioantropològica, sense perdre de vista la perspectiva comunicativa relativa als efectes i a les funcions socials dels missatges.

En síntesi, *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales* ens sembla una proposta adequada per a l'anàlisi de determinats programes televisius, ja que inclou la multiplicitat de llenguatges audiovisuals i de modalitats discursives de la televisió i elabora una metodologia per aplicar-la als diferents formats de la programació televisiva com a globalitat, dins d'un enfocament narratiu i simbòlic l'eix central del qual és el component espectacular dels missatges audiovisuals, en el context de les teories de l'espectacle i des de l'estètica. També és un instrument útil per tractar d'orientar-se en el desert del que és hiperreal, com ens ho descriu l'autor. En aquesta fugida cap a endavant, ens recorda G. Imbert, s'han perdut els valors estètics, els ètics, els morals i els simbòlics. A més, la posttelevisió s'ha endut per davant el mediador qualificat, “el sujeto del saber”, així com el concepte mateix de *mediació*, tal

com el llibre posa de manifest en diversos moments (p. 23-25 i 90). Potser, afegim, es tracti ara de vindicar-lo, de reivindicar-lo i de recuperar-lo. I de formar, a més, els espectadors per afrontar de forma competent aquesta classe de discursos. Ja que pel que fa als programadors i als gestors dels mitjans, al nostre parer, poques consideracions podem esperar que vagin més enllà del compte de resultats, si ens atenim a la lògica econòmica i mercantil que sustenta la gran part dels relats televisius analitzats.

Referències

IMBERT, G. *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa, 2003.

Eco, U. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, 1986.