

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

POR NEL·LO PELLISSER ROSSELL

Profesor de comunicación audiovisual de la Universitat de València-Estudi General



Perdidos en el desierto de lo hiperreal

Como advierte el propio autor, el libro que ahora presenta es la prolongación natural de un trabajo anterior: *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. En esta obra, Gérard Imbert partía del supuesto de que la televisión es una máquina de producir espectáculo que se erige en productora de una realidad que denominaba *sui generis*, es decir, “que se complace en lo especular y lo hiperreal y procede mediante una licuefacción —por no decir liquidación— de las identidades” (Imbert 2008: 226).

Ahora, con *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales* (2008), su última aportación en forma de libro, da una nueva vuelta de tuerca en su análisis sobre el medio para establecer que la televisión juega con esta realidad, la transforma, la manipula, la duplica y hasta la deforma. La parada de los monstruos deviene ahora un escenario por el que desfilan toda clase de personajes grotescos, de individuos metamorfoseados ante la excitación que provoca la escenografía del plató televisivo y las ópticas de las cámaras. De esta percepción es de donde deriva la reiterada explotación que el autor realiza a lo largo del trabajo del campo semántico del transformismo teatral (el cabaret, la *performance*, los *clowns*, las *drag queens* etc.) para referirse, y para analizar, las mutaciones recientes de la televisión.

Hagamos un poco de historia. La paleo-televisión, concepto acuñado por Umberto Eco y que aparece en otros autores como Dominique Wolton y Jean-Louis Missika, hace referencia a una época en la que predomina el modelo de televisión generalista tutelada por el estado en la época del monopolio. Si con la transición a un modelo comercial y privado la paleo-televisión dejaba de ser una “ventana al mundo” para convertirse en “espacio de proyección”, en un espejo del sujeto, con la post-televisión, mediante la deformación, la parodia y la reflexividad, la televisión se mira a sí misma en un espejo deformado que proyecta una imagen grotesca y desfigurada. Es decir, espectáculo, simulacro y duplicación como los tres estadios de este proceso de transformación de la realidad. Y es la “dupli-

cación” la que aglutina a toda una serie de propuestas omnipresentes en las parrillas de programación recientes, como son los programas que parodian a los informativos, las imitaciones humorísticas, el mimetismo de los famosos y la información rosa.

En este nuevo trabajo Gerard Imbert, profesor de la Universidad Carlos III de Madrid, abunda en el concepto de la postelevisión y la describe como “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 fundamentación teórica y la metodología de trabajo de *El transformismo televisivo* es “deliberadamente pluridisciplinar”, según la calificación del propio autor. Así, en sus páginas confluyen las aportaciones de la semiología de Roland Barthes, de la semiótica de A. J. Greimas y su escuela aplicada al campo de la comunicación de masas, con una dimensión socio-antropológica (J. Baudrillard, M. Maffesoli y J. Ibáñez, entre otros), y con una remarcable presencia de la perspectiva comunicativa (U. Eco, F. Colombo, O. Calabrese, P. Virilio, J. González Requena y J. Martín Barbero, entre una extensa nómina de autores).

Para G. Imbert el punto de partida es que los grandes relatos del mundo están en crisis y que la televisión se crea cada vez más en lo minúsculo, en lo cotidiano, en lo residual. Se trata pues de una cuestión narratológica, de la manifestación de nuevas formas narrativas, de nuevas formas de ver y de relacionarse con el saber.

El libro está organizado en dos bloques. En el primero, y con el título de “Los juegos con la realidad”, su autor disecciona la televisión como espacio de transformación y de deformación de la realidad, con la emergencia de lo grotesco, de lo *freak* (lo monstruoso) que, en contra de lo que cabría esperar, resulta atractivo.

En la segunda parte, bajo el título de “Los juegos con la identidad” y como consecuencia de la crisis de la realidad, el autor aborda, con carácter transversal, los aspectos con una fuerte carga simbólica relevante en el medio televisivo. Uno de ellos es la construcción de la identidad y los juegos que se establecen a su alrededor, como el de las *identidades prestadas* que propicia la televisión, y que podemos encontrar en los *realities* de convivencia, como *Supervivientes* y *La granja de los famosos*; así como en otras propuestas como *Cambio radical* o *El rival más débil*. La carga simbólica también se percibe en cómo el cuerpo se erige en gran referente del discurso televisivo: de forma específica en las violencias simbólicas, siendo la muerte la gran ausente de la representación televisiva, mientras existe simultáneamente una muerte hipervisible.

En síntesis, este nuevo texto de G. Imbert, como viene haciendo desde hace años, contribuye con nuevos argumentos a abrir —a re-abrir, más bien— el debate del papel de la televisión en el mundo contemporáneo y el modo en que se construyen y se proyectan sus contenidos. La propuesta no deja de resultar estimulante en la encrucijada audiovisual en la que nos encontramos, por más que, en conjunto, quizás se acusa la reiteración de determinadas expresiones e ideas-clave del trabajo, fruto, posiblemente, del hecho de que algunos de los capítulos han sido publicados con anterioridad como parte de libros colectivos o en forma de artículos, como los capítulos VI y IX. No obstante, esas reiteraciones adquieren dimensiones nuevas y específicas en la estructura y el desarrollo de este trabajo.

Por otra parte, el libro pone de manifiesto que su autor es un espectador atento al flujo discursivo de la televisión, al palimpsesto de la programación televisiva en España, Francia y Estados Unidos. A ello hay que añadir el amplio espectro teórico con que aborda sus análisis y que abarca desde la dimensión semio-narrativa de los discursos a la dimensión socio-antropológica, sin perder de vista la perspectiva comunicativa relativa a los efectos y a las funciones sociales de los mensajes.

En síntesis, *El transformismo televisivo. Posttelevisión e imaginarios sociales* nos parece una propuesta adecuada para el análisis de determinados programas televisivos, ya que contempla la multiplicidad de lenguajes audiovisuales y de modalidades discursivas de la televisión y elabora una metodología para ser aplicada a los distintos formatos de la programación televisiva como globalidad, dentro de un enfoque narrativo y simbólico cuyo eje central es el componente espectacular de los mensajes audiovisuales, en el contexto de las teorías del espectáculo y desde la estética. También es un instrumento útil para tratar de orientarse en el desierto de lo hiperreal, como nos lo describe su autor. En esta huida hacia adelante, nos recuerda G. Imbert, se han perdido los valores estéticos, los éticos, los morales y los simbólicos. Además, la posttelevisión se

ha llevado por delante al mediador cualificado, “el sujeto del saber”, así como el mismo concepto de mediación, tal y como el libro pone de manifiesto en diversos momentos (p. 23-25 y 90). Puede que, añadimos, se trate ahora de vindicarlo, de reivindicarlo y de recuperarlo. Y de formar, además, a los espectadores para afrontar de forma competente esta clase de discursos. Ya que por lo que respecta a los programadores y a los gestores de los medios, a nuestro juicio, pocas consideraciones cabe esperar que vayan más allá de la cuenta de resultados, si nos atenemos a la lógica económica y mercantil que sustenta la mayor parte de los relatos televisivos analizados.

Referencias

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.