

# LAS IMITACIONES HUMORÍSTICAS TELEVISIVAS EN ESPAÑA: PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN

THE HUMOROUS IMPERSONATIONS OF TELEVISION IN SPAIN:  
PROPOSED CLASSIFICATION

**Estrella FERNÁNDEZ JIMÉNEZ**

Universidad de Cádiz  
estrellaffjj@gmail.com

**Resumen:** Este artículo es un acercamiento a la tipología de imitaciones humorísticas que se pueden encontrar en las televisiones españolas. Las imitaciones han estado presentes desde los inicios del medio y aún tienen gran presencia. Realizar una clasificación de ellas es el objetivo principal del estudio intentando ser versátil y poder abarcar cualquier imitación. Se atisba que es un campo de investigación aun inexplorado y abordable desde múltiples perspectivas. Destacamos también la notoriedad que las imitaciones pueden llegar a tener en la sociedad donde se produce, alcanzando, incluso, más relevancia que el original.

**Palabras clave:** Imitaciones. Humor. Tipología. Entretenimiento. Televisión.

**Abstract:** This paper is an approach to the typology of humorous impersonations that can be found on Spanish television. The impersonations have been present since the beginning of this media, and still have a great presence nowadays. The main objective of the study is to classify, trying to be versatile and being able to include any imitation. It is a research field

that is still unexplored and accessible from multiple perspectives. We also emphasize the notoriety that the imitations can have in the society where it is produced, and the fact that they may become more relevant than the original.

**Key Words:** Impersonations. Humour. Typology. Entertainment. Television.

## 1. INTRODUCCIÓN

Las imitaciones humorísticas de famosos son una actividad televisiva que aúnan voz, expresión corporal, teatralidad, fonética, canto, improvisación y maquillaje, elementos que forman parte de la semiótica comunicacional del entretenimiento televisivo y que reúne mucha audiencia. Son clave para el medio audiovisual, pero carecen de literatura científica específica.

Nuestro objetivo consiste en proponer una ordenación de su tipología. Son cuantiosos los trabajos sobre interpretación y arte dramático, así como trabajos, incluidas tesis doctorales, que estudian el humor gráfico (caricaturas, viñetas, tiras cómicas, humor e imitaciones en literatura) debido a que tienen una historia más amplia y siguen estando presentes en la actualidad, pero no se ha hecho hasta el momento una clasificación globalizadora de las imitaciones humorísticas en televisión.

El presente artículo, pese a ser un primer acercamiento formal, deviene de un trabajo fin de máster inédito, realizado como un intento de aproximación al fenómeno (2013). Como hemos observado que el objeto de estudio sigue estando vigente y no solo eso, sino que se reafirma como una de las formas de entretenimiento favoritas de la audiencia, hemos decidido reformularlo y actualizarlo. Por este motivo, puntualmente se citarán declaraciones de imitadores o guionistas sacadas de entrevistas realizadas para el primer trabajo que permanecen inéditas al mundo de la investigación. Las personas entrevistadas (año 2013) fueron: José Guerrero Roldán, guionista de programas radiofónicos de humor donde las imitaciones son una parte fundamental; José Luis García Cossío, también guionista de programas radiofónicos y televisivos donde el humor y las imitaciones están muy presentes; y Carlos Latre, humorista e imitador que

actualmente tiene más popularidad en España, ejerce su trabajo tanto en radio como en televisión, así como en espectáculos teatrales. El recurso de la entrevista en profundidad para este caso es fundamental, ya que analizamos un objeto de estudio vivo del cual sus protagonistas pueden dar ideas clave para un mejor entendimiento. Tenemos presente que en las declaraciones aquí mostradas existe una subjetividad subyacente que, no obstante, no perjudica ni rebaja el valor de las mismas siempre y cuando se tomen como opiniones, como así ocurre.

Para conseguir nuestro objetivo nos basamos en una metodología cualitativa, fundamentalmente la observación de las actuaciones mediante las emisiones televisivas, internet y asistencia a espectáculos, además de revisar la bibliografía concerniente al objeto de estudio.

Investigar sobre las imitaciones humorísticas nos aporta un conocimiento mayor sobre la comunicación, el mundo del entretenimiento televisivo y el radiofónico, así como nociones de interpretación. Asimismo, las imitaciones contribuyen a situaciones de risa y evasión, momentos de reflexión social ya que su materia prima en la mayoría de ocasiones son personajes relevantes de la sociedad.

De las muchas maneras que el ser humano tiene de imitar, como glosa Peñalver (1997: 170), este estudio se centra en dos: “El placer de la imitación del otro en el juego y en el arte del mimo” y “El placer del remedo y de la parodia como recurso humorístico para revelar la relatividad de lo imitado”. La persona imitada que aquí tratamos consiste en alguien de relevancia social y famosa. Puesto que lo fundamental para que alguien sea imitado es que en el momento de la imitación goce de popularidad social y que el público lo identifique rápidamente, que conozca al modelo parodiado. Nos circunscribimos a España, no obstante, la tipología resultante puede ser extrapolable a otros países.

¿Qué características debe tener un personaje para ser imitado? Carlos Latre (2013, entrevista) responde: “A veces, ninguna. Simplemente por estar de actualidad o protagonizar algún momento importante de la vida diaria debe ser introducido en la *cantera* de personajes. Así de fácil... o de difícil”. Esta afirmación también es compartida por José Guerrero (2013, entrevista): “Sobre todo ser conocido, por alguna causa u otra. Pueden ser desde famosos hasta gente que salte a la fama en momentos puntuales”.

“La pintura, la escultura y la poesía, y todo lo que puede ser imitado es agradable, aun cuando lo mismo que se imita no sea ello por sí

agradable” (Aristóteles, *La Retórica*, libro primero, cap. 11, 1371b). Aquí Aristóteles se refiere más a la naturaleza, pero podemos adaptarlo para la sociedad. Muchas veces se imita a personas que aunque sean famosas no son agradables o queridas para la mayoría del público, pero que por eso mismo, al imitarlas y destacar sus vicios, el público lo recibe positivamente:

*La capacidad mimética de la especie es la que alimenta y se alimenta en los canales y redes de comunicación que tejen la vida social contemporánea. La inter-comunicación discursiva, la misma comprensión del otro como otro, no sería posible si la emulación, el remedo, la imitación, la imagen reflejada del otro no se acompañaran de un cierto placer en la conciencia que las ejerce (Peñalver, 1997: 169).*

Es un recurso audiovisual de primer orden ya que si la imitación está bien hecha produce la risa inmediata. Toda persona es capaz de reconocer si alguien imita bien o mal. Además, es una herramienta para poder analizar la sociedad de una época y un país determinado.

## **2. CONTEXTO DE LAS IMITACIONES HUMORÍSTICAS**

En este apartado vamos a mostrar una panorámica desde los orígenes de las imitaciones humorísticas en televisión hasta la actualidad de las mismas, así como los elementos necesarios para alcanzar el pacto de ficción.

### **2.1. Reminiscencias bufonescas**

El arlequín por medio de la risa era capaz de deshacer las tradiciones establecidas de la cultura, sustituyendo el “ser” por el “deber ser” (Díaz, 2012: 180). Aquí se atisba la función que tienen los imitadores: mostrar lo que un personaje hace o creemos que hace fuera de la visión del público. Recordamos así que “la parodia no es exclusiva de la postmodernidad” (Romano, 1993: 327).

Consideramos que las imitaciones humorísticas son una sofisticación

del trabajo del bufón en las cortes. Exponemos esto debido a que los bufones, desde siempre, han tenido licencia para burlarse del poder en sus actuaciones<sup>1</sup>. Los bufones eran capaces de acometer temas tabú (Pinto, 1992: 273). “El privilegio de los bufones, decir verdades que todos callan” (atribuido a Napoleón Bonaparte). Igualmente, como afirma Bajtín (1990: 87), a través de la concepción cómica del bufón pueden destruirse ciertas ideas impuestas por el poder. “La chanza suspende por unos momentos la respetabilidad, la disciplina dramática de los sujetos obligados por las reglas de las ceremonias sociales” (Abril, 1980: 76).

Por otro lado, debemos decir que hay una gran diferencia entre los bufones tradicionales y los imitadores, y es que los bufones de la Edad Media lo eran antes y después de actuar, es decir, era una clase social de la que no podían salir o muy difícilmente lo hacían (Bajtín, 1990: 12). Los imitadores por el contrario, son actores, cómicos, que deciden dedicarse a remedar, pero llevan una vida privada ajena al espectáculo y pueden realizar cualquier oficio. El bufón y el imitador captan aquellas actuaciones que pueden ser subrayadas para criticar y además, para hacer reír. Deben ser capaces de hilvanar humor y crítica sin correr riesgos judiciales. Los bufones acudían a los actos oficiales y los parodiaban (Bajtín, 1990: 11).

Ahora, este trabajo bufonesco, que parece lejano en el tiempo, sigue estando presente hoy día gracias a las imitaciones humorísticas que son frecuentes en los medios de comunicación. Actualmente, en la mayoría de los especiales de Nochevieja de la cadena pública española (TVE), se emiten programas de imitaciones de toda clase de famosos, pero sobre todo de políticos “[José María Aznar] es una golosina para cualquier imitador” (Martínez, 2003: 10).

## 2.2. Ficción y verosimilitud

La misión del poeta no es escribir fielmente lo que ha ocurrido, sino que puede escribir cosas que puedan acontecer o que deberían suceder (Aristóteles, *La Poética*, cap. 9, 1451a). Para nosotros el poeta es el imitador o guionista.

Según Albadalejo (1998: 58 y 59), en el ámbito de la narración, un modelo de mundo es un universo regido por unas leyes y unas normas

---

1. Como también hacen, por ejemplo, las chirigotas en el carnaval de Cádiz.

concretas. El autor describe tres. El modelo de mundo *tipo I* corresponde al de “lo verdadero”, las reglas con las que se trabaja son las del mundo “real objetivo”, se evita la ficción y los elementos fantásticos. Tradicionalmente, los textos históricos y periodísticos han entrado en este modelo ya que describen un mundo efectivo, real. El *tipo II* corresponde al de “lo ficcional verosímil”. Las reglas de este mundo no son las del mundo efectivo, pero están construidas en consonancia con ellas. Esto es, trata hechos que aunque no hayan ocurrido pueden suceder. Lo verosímil es “lo que puede suceder de ordinario [y además] cosas que se admite pueden ser de otra manera” (Aristóteles, *La Retórica*, cap II, 1357b)<sup>2</sup>. Por último el *tipo III* recibe el nombre de lo “ficcional no verosímil”. Aquí se infringen o transgreden las reglas del mundo del *tipo I*. Los acontecimientos que ocurren jamás podrían ocurrir en la realidad. Se juega con la ficción y la fantasía. Esto no quiere decir que estos tipos de relatos no tengan coherencia y cohesión interna, sí la tienen ya que se establece un pacto de ficción entre lector-espectador y modelo de mundo. El modelo de mundo más adecuado para nuestro estudio es el *tipo II* ya que casi siempre se imita a personas reales que hablan y se relacionan con hechos reales, aunque lo que aparezca en la imitación no lo hayan hecho o dicho nunca.

“Nos gusta ver ese tipo de personas [famosos y políticos] en situaciones que no se suelen ver habitualmente o en algunas que nos gustaría ver, como cárcel o juzgados...” (García, 2013, entrevista). Las imitaciones juegan y rebajan la importancia que pueda llegar a tener el personaje (Casares, 2002: 179). Uno de los éxitos de las imitaciones es que nos muestran a los famosos tal y como creemos que actúan en su vida privada y como realmente piensan. El intérprete [para nosotros imitador] según Nietzsche es el que deduce la verdadera realidad (Foucault, 1970, en Gabilondo, 1990: 104). Siguiendo con el mundo ficcional verosímil, “El truco está en que todo podría llegar a pasar, en que es real. El hilo conductor a pesar de ser muy surrealista se basa en una situación que puede darse” (David Lillo, guionista de *Yes We Spain* en Latre, 2012 [DVD]). “Los razonamientos que nos hacen reír son aquellos que son falsos, pero podríamos tenerlos por verdaderos si los oyésemos en sueños. Imitan el razonamiento verdadero lo bastante como para engañar a un

---

2. Otras categorías (referentes al humor informativo) son las que propone Méndez (2014: 68) que podemos equipararlas con las aquí mostradas: referencial, ficcional e híbrida. La híbrida sería el *tipo II*.

espíritu adormecido” (Bergson, 1973: 152). Esta visión relacionada con lo onírico podríamos relacionarla también con lo ficcional verosímil. En una reflexión sobre qué es lo que nos hace reír, Casares afirma que “lo que es absurdo se nos presenta como razonable” (2002: 176). Este tipo de humor es muy usado por José Mota, por ejemplo:

*A través de la imitación se pueden sacar situaciones o puestas en escena que el imitado jamás haría. En nuestro caso, hemos metido a Samuel Eto’o haciendo el camino en el Rocío, por ejemplo. Es importante conocer algunas cosas básicas. Lo demás se puede inventar (Guerrero, 2013, entrevista).*

José Guerrero también añade que esto es posible, o más bien creíble, siempre y cuando el personaje esté bien asentado dentro del programa y por extensión, entre el público. De esta manera, por muy surrealista que parezca la situación, para los espectadores o radioyentes no resultará extraño. Los poetas cómicos añaden nombres a su capricho basándose en hechos probables (Aristóteles, *La Poética*, cap. 9, 1451a) y “el humor se alcanza tanto por las situaciones (una historia risible) como por la forma de relatarlas (por el lenguaje)” (López, 2008: 242):

*El humorista se traslada continuamente desde el plano de la lectura (ficción que se presenta como “realidad” al espectador) al de la interacción con el público (“realidad” que el espectador sabe que es pura ficción). Toda su actuación aparece articulada en torno a estas dos coordenadas (Vigara, 1994: 125).*

El pacto de ficción nos lleva a A. J. Greimas quien afirma que lo que parece ser y no es nos lleva a la mentira, pero en el caso de las imitaciones, mediante el pacto de ficción, consideramos la mentira como algo positivo y esencial para que el humor funcione (Greimas y Courtier, 1982: 96-99).

### **2.3. Hitos de las imitaciones humorísticas en televisión**

Que Sócrates se riera de las parodias que le hacían (Casares, 2002:

107) demuestra que estamos ante un fenómeno que no es nuevo, pero sigue siendo capital en nuestras sociedades. “El desarrollo de la prensa, de la radio, de la televisión y de internet han transformado el contenido de la comedia y ampliado sus posibilidades en los últimos dos siglos” (Jáuregui, 2008: 59). Las imitaciones participan de los tres grandes grupos de géneros televisivos: ficción, realidad/información y entretenimiento. Además, actualmente hay gran hibridación de formatos (Sandro y Salgado 2008: 35), por lo que es más fácil encontrarlas en cualquiera de ellos<sup>3</sup>.

En el género de entretenimiento es donde el humor ha tenido siempre más cabida. Los políticos y en general el poder social han sido el blanco donde las críticas siempre han apuntado. Reírse de los poderosos es un arma social con la que cuentan los ciudadanos que, en sus casas, viendo ridiculizados a sus dirigentes se sienten superiores y así reconfortados (Sandro y Salgado, 2008: 71), de esta manera, gozan de la *gloria súbita*<sup>4</sup>.

Fue con la llegada de las televisiones privadas en 1989, cuando las imitaciones de famosos y de políticos tuvieron más desarrollo en España. Anteriormente a las televisiones privadas en programas como *Estudio Abierto* (Televisión Española, 1970-1975) de José María Íñigo, existía una sección en la que se entrevistaba a gente que imitaba a animales de granja.

Teniendo muy reciente aun el final de la dictadura franquista, en 1979 y de la mano del ya mencionado José María Íñigo, aparece un trío cómico que posteriormente se convertirá en dúo que revolucionará el panorama humorístico de la televisión española: *Martes y Trece*. Serán ellos los que establezcan el *sketch* en los cuales se alternan situaciones de la vida cotidiana con imitaciones de famosos. En *Martes y Trece* será donde se reflejarán los humoristas que posteriormente vengan. Después, el dúo tuvo más apariciones en programas relevantes hasta que, casi por norma, estos humoristas fueron los encargados de hacer los especiales de Nochevieja desde 1985 hasta 1997.

En 1985 ya podía apreciarse una mayor producción de imitaciones en televisión, como podía verse en el programa *Como Pedro por su casa* (Televisión Española, 1985), donde aparecían “chistes, parodias, imitaciones y sátira política” y ya era posible hacer humor de una manera

---

3. “Las transgresiones antes reservadas al café-concert o al teatro de revistas caben hoy en la pantalla” (Romano, 1993: 327).

4. El término *gloria súbita* proviene de la obra *Leviatán* escrita por Hobbes en 1651. Aclaración encontrada en Llera (2003).

más libre, pero aun se mantenían en un segundo plano y sin darles mucho protagonismo (Fernández, 1998: 55 y 131).

En 1992 ya se habían emitido más de 60 programas de género humorístico. Después tuvieron una gran caída en las parrillas televisivas, pero con la llegada del nuevo milenio volvieron a remontar y ofrecer una oferta variada (Sandro y Salgado, 2008: 42). Podríamos decir que, poco a poco, se va forjando lo que luego tendrá más arraigo en la televisión española: el formato del “*infoshow* de imitaciones” que “engloba aquellos programas que usando la actualidad como punto de partida, la parodian mediante imitadores que ‘clavan’ a conocidos personajes para recrear, desde la distancia humorística, situaciones conflictivas acontecidas a lo largo de la semana” (Sangro y Salgado, 2008: 176). Esto será lo que actualmente ya podemos llamar programa de *sketches*.

Inaugurada la década de los noventa, aparece un humorista procedente de Santo Domingo y del mundo del circo, que con asombrosas cualidades vocales, pondrá de nuevo las imitaciones en primera fila en el mundo del entretenimiento. Se trata de Julio Sabala a quien se le llega a conocer como “El hombre de las mil caras”.

A mediados de los noventa se presenta en el panorama televisivo español el programa *Lluvia de estrellas* (Antena 3, 1995-2001 y TVE, 2007), programa aún muy presente en la memoria colectiva de los españoles. Era un concurso en el que los participantes tenían que imitar a sus cantantes favoritos para poder ganar el programa enfrentándose a un jurado. En 1995 también aparece el primer *late night* español, *Esta noche cruzamos el Mississippi* (Telecinco, 1995-1997), donde las imitaciones de Rambo y Chiquito de la Calzada tuvieron gran relevancia y hoy también se siguen recordando.

Otro programa de importancia capital es el protagonizado por *Los Guiñoles*. Procedentes de Francia e Inglaterra, los guiñoles se dieron a conocer en España en el programa *Lo + Plus* (Canal +, 1995-2005). Aún en emisión en otros países, el programa lo presentaban unas marionetas de un tamaño algo mayor que el humano manipuladas por dos personas y con la voz doblada por una tercera. Al ser hechas de látex podían dar forma a la imagen caricaturizada del personaje parodiado. Fue revolucionaria la forma de crítica al poder político de la época, creando seña de identidad. Estos títeres tienen reminiscencias de los títeres de los bufones, “Dando lugar al más longevo y sólido informativo paródico de la parrilla. Admitiendo sin

complejos su condición de bufones –o sea, de personajes que hacen reír al pueblo con sus críticas a los poderosos–” (Sandro y Salgado, 2008: 29).

*La parodia nacional* (Antena 3, 1996-1999), gozó también de gran popularidad. Aunque en la mayoría de ocasiones los intérpretes cantaban imitando a famosos, realmente, el peso del programa recaía más en las letras de las canciones (que enviaban los concursantes y cantaban los intérpretes del programa), que en la imitación en sí misma.

*Crónicas Marcianas* (Telecinco, 1997-2005), sin ser un programa de imitaciones, dio a conocer a un imitador de gran recorrido en el panorama humorístico español: Carlos Latre. Allí Latre muestra su gran repertorio de imitaciones.

*El Informal* (Telecinco, 1998-2002) fue otra emisión en la que las imitaciones tenían importancia. Aunque los presentadores Javier Capitán y Florentino Fernández en alguna ocasión se caracterizaran como los parodiados, la característica principal de este programa de humor fueron los doblajes de voz de secuencias de películas y los vídeos musicales de imitación.

De ámbito autonómico, el programa catalán *Polònia* (TV3, 2006-Actualidad) es un programa enteramente dedicado a imitaciones. Tiene sus orígenes en un programa de radio de sátira política, *Minoría absoluta*. Al mismo tiempo que *Polònia*, nace *Crackòvia* programa también de imitaciones, pero dedicado en exclusiva a parodias deportivas<sup>5</sup>.

El programa de televisión que ha vuelto a poner las imitaciones como clave del entretenimiento televisivo es *Tu cara me suena* (Antena 3, 2011-Actualidad). En cada edición (cinco ediciones hasta 2017) ocho famosos deben imitar a diferentes cantantes durante una gala de emisión semanal. Además de las ocho imitaciones, cada gala cuenta con un algún

---

5. En Andalucía también existe un programa de radio llamado *El Pelotazo* (Canal Sur Radio, 2001-Actualidad), magacín deportivo que tiene una sección reservada en exclusiva también para imitaciones de personas y temática relacionadas con el mundo del deporte. En este programa de radio no sólo aparecen personajes deportivos, también de todos los sectores de la actualidad. La misma mecánica sigue el programa de radio *La cámara de los balones* (SER). Los argumentos a parodiar en la radio son los mismos que en la televisión. En la radio el imitador puede estar más relajado en gestualidad, prácticamente innecesaria, pero tiene que estar más reforzado en cuanto a guión, ya que las imitaciones suelen hacerse en directo. “En radio la hilaridad parte más de lo que se dice y de cómo se dice” (Latre, 2013, entrevista). En la radio el oyente no ve al imitador. Puede que resulte más efectiva la imitación si lo imita vocalmente bien con independencia de que el imitador se parezca o no físicamente al imitado. Gracias al efecto evocador de la radio, el oyente al tener en mente al imitado, personaje real, creará que el que le habla es el original, aun sabiendo que es un imitador. En cuanto el locutor o imitador dice “Nos encontramos en...” surte el mismo efecto que el más elaborado de los platós en televisión gracias a la imaginación de los oyentes y al pacto de ficción.

invitado sorpresa. Al seguir el formato de *talent show*<sup>6</sup> interviene un jurado. Este jurado está compuesto por figuras muy conocidas del entretenimiento español. El maestro de ceremonia de las galas semanales es Manel Fuentes, periodista y presentador de radio y televisión, que hacía las veces de imitador en *Crónicas Marcianas* hasta que se incorporó Carlos Latre. Tanto presentador como jurado son especialistas en interpretación, cada uno en su especialidad. Además, el programa muestra el proceso de creación de la imitación desde conocer quién es el personaje al que hay que imitar a cómo se mueve, qué personalidad tiene, con qué tesitura de voz canta, hasta qué gestos hace, etc. Todo esto enseñado por Ángel Llácer (también es jurado), un especialista en canto, y una coreógrafa.

Lo que causa más expectación en el programa, además de cómo lo harán, es cómo irán caracterizados. El programa cuenta con un equipo de caracterización y vestuario que transforma la fisonomía de los participantes para que la imitación sea más exitosa.

La emisión ha gozado de una gran audiencia, un 23% de media, ya que tiene una gran carga de humor blanco apto para todas las edades. Los participantes están buscados de manera que pertenezcan a multitud de campos profesionales, aunque todos ligados a la comunicación y cuentan con la simpatía del público. El formato de este programa español ha sido vendido a numerosos de países: Chile, Portugal, Italia, Rumanía, Turquía, Alemania, Argentina, Francia, Holanda, Reino Unido y Brasil<sup>7</sup>.

Mostramos así, que las actuaciones humorísticas no han pasado de moda y que cada cierto tiempo un programa de televisión las vuelve a reactivar. En 2017 ha aparecido el programa *Tu cara no me suena todavía* que sigue la misma dinámica, pero los concursantes no son famosos (de momento) al igual que *Tu cara me suena mini*, cuyos concursantes eran niños. Igualmente, el programa de imitaciones *Homo Zapping* ha vuelto renovado a la parrilla televisiva (2017).

### 3. PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN TIPOLÓGICA

---

6. Formato de concurso televisivo en el que se valora un determinado talento que desarrollan los concursantes. El caso de *Tu cara me suena* es un híbrido con *celebrity show*, concurso en el que los participantes son famosos.

7. <http://blogs.lainformacion.com/telediaria/2012/09/30/tu-cara-me-suena-regresa-convertido-en-un-exito-mundial/> [22/04/2013].

Henri Bergson (1973: 31 y 32) sostiene que el buen caricaturista es capaz de resaltar rasgos de la cara de una persona que parecía no tener rasgos muy destacados, esto es, exagera esas características para que las demás personas puedan verlas. Este ejemplo podría aplicarse a las imitaciones. El imitador o caricato también centra su atención en rasgos que para las demás personas han podido pasar desapercibidos, diríamos que saca a la luz lo invisible para el resto de personas (Foucault, 1999: 35). “[La caricatura] [...] se caracteriza por una exageración grotesca y deforme de los rasgos físicos y morales de la persona” (Carpio, 2009: 43), la caricatura al ser icónica la descodificación es inmediata. De ahí que, como decíamos en la introducción, sea fácil reconocer si alguien está bien imitado o no.

Estos rasgos son manifestados por la voz y gestualidad en lugar de trazos dibujados. El cuerpo del imitador es el lienzo o papel sobre el que dibujaría el caricaturista. Una vez que el imitador remeda a un personaje hace que nosotros como espectadores de la imitación, cuando veamos al referente real, busquemos los rasgos resaltados o exagerados por el imitador. Si la imitación está bien hecha encontraremos dichos rasgos.

Bergson (1973: 90) distingue entre lo cómico y lo ingenioso. Lo cómico correspondería a lo que nos hace gracia de por sí, cuando nos reímos de algo o de alguien por su forma de ser, o por decir alguna frase de manera que nos produce risa. Mientras que alguien es ingenioso si es capaz de hacer que nos riámos de una tercera persona, de nosotros mismos, o de cualquier cosa que esa persona ingeniosa quiere que nos riámos. En una imitación nos reímos del imitador, pero porque en ese momento no *es* el imitador, sino la persona a la que imita, así reconocemos el valor de la imitación del caricato. Por ejemplo, cuando José Mota imita a un político, nos reímos gracias a José Mota de ese político. “Lo más importante es coger el alma, que el público vea en ti lo que recuerda del original” (Latre en el programa de televisión *La Semana más larga*, Canal Sur Televisión)<sup>8</sup>.

La importancia de la comunicación no verbal es crucial en las imitaciones humorísticas. En muchas ocasiones no es trascendental lo que está diciendo el imitador y nos centramos más en sus gestos, que pueden tener igual o más valor que la palabra en una imitación ya que no

---

8. <https://www.youtube.com/watch?v=l8Ki0c7xWos> Minuto 42.15 [Consultado el 5 de abril de 2017].

solo la forma de hablar es importante (Pinto, 1992: 266). También Pinto (1992: 288) apunta hacia la reproducción de estereotipos para provocar la risa. Como estamos tratando las imitaciones podríamos decir que las frases de estereotipos pasan a ser frases estereotipadas, peculiares, de cada personaje. La repetición de muletillas de famosos causa risa siempre y cuando esa repetición esté bien traída, es decir, se deberá repetir en el momento oportuno, con naturalidad, ya que si no ocurre así, produciría todo lo contrario al humor: rechazo y hastío (Bergson, 1973: 66).

Latre, en otra entrevista, afirma que cuando él imita no solo intenta copiar al personaje, sino que intenta averiguar qué piensa, cómo siente y qué diría<sup>9</sup>. Las imitaciones humorísticas no solo tratan de repetir frases sino que tienen que aportar, por así decirlo, la gracia y la creatividad del imitador.

A continuación mostramos la tipología de imitaciones que hemos elaborado a partir del corpus analizado:

### **3.1. Sexo del imitador: masculino o femenino**

Consiste en diferenciar si el que imita es un hombre o una mujer. Los tonos de voz y timbre que requiera alcanzar el sujeto imitado condicionarán al imitador o imitadora dependiendo del manejo de sus cuerdas vocales.

### **3.2. Origen: personajes reales o ficticios**

Los personajes reales son los más habituales en las imitaciones. Son los famosos que existen y el imitador los toma como referencia para su actuación.

Los ficticios son personajes creados por el imitador o representaciones de estereotipos presentes en la sociedad donde el programa televisivo funciona: jubilados, niños, cualquier oficio, etc. En el caso de los personajes ficticios no se tratarían de imitaciones como en esta investigación están siendo estudiadas, son un tipo de creación humorística que comparte algunas de las características que aquí mostramos.

---

9. Cita extraída de la entrevista realizada por Julia Otero el 24 de noviembre de 2012, en la que Carlos Latre dice: “Jo quan faig un personatge no només al copiu. O intento copiarlo, sino, intento saber què pensa, com sent i què diria”. <https://www.youtube.com/watch?v=-93DIDSHzIo> [02/06/2013].

### 3.3. Sexo del imitado: masculino o femenino

Es una diferenciación muy relacionada con el punto 3.1 y muy importante desde el punto de vista de la interpretación puesto que las tesituras de voz dependiendo si se imita siendo un hombre a una mujer, o siendo una mujer imitar a un hombre, puede entrañar dificultades que pongan impedimentos para su ejecución.

### 3.4. Temporalidad: clásicas o actuales

Un programa como fue *Lluvia de estrellas* o en la actualidad *Tu cara me suena*, mezclan estos dos modos, ya que pueden ser canciones actuales o del pasado. Por otra parte, programas de entretenimiento con rasgos informativos incluirán en sus imitaciones a personajes de actualidad para que el efecto irrisorio sea mayor. Francisco Checa y Concha Fernández (2012: 2) afirman que las parodias teatrales buscan sobre todo la cercanía a “los mitos del día” que serán replicados cuanto antes mejor, cuando aun se mantenga el calor del éxito de los originales “tiene que aparecer la parodia casi como una continuación”. Aunque Checa y Fernández hablan del teatro de la Restauración en España, consideramos que dicha réplica es común en nuestro caso estudiado<sup>10</sup>.

### 3.5. Estilo: espejo, base, mixto, o múltiple

Analizando las imitaciones que actualmente se hacen en España, creemos que también es pertinente incluir una categoría dependiendo de la fidelidad al original que tiene la imitación en la actuación. De esta manera, nos encontramos con las imitaciones *espejo*, *base*, *mixta* y *múltiple*.

En las imitaciones de *espejo* el humorista se centra en una imitación muy precisa de la fonética y gestualidad del personaje para producir la risa. Ejemplo de este tipo de imitaciones son las de José Mota o Carlos Latre. Buscan la mayor fidelidad posible.

Otro tipo de imitaciones, podríamos llamarlas de *base* –o “impresionistas” siguiendo con la tipología dada por García (2013,

---

10. “Un punto clave es la instantaneidad, la manera distractiva en que generalmente se produce la recepción del televidente, lo cual exige esfuerzos permanentes, desde el otro lado, para captar audiencia” (Romano, 1993: 326).

entrevista)<sup>11</sup>-. Parten del pretexto de la imitación de un personaje famoso, pero la actuación se desarrolla sin concederle tanta importancia de cómo es imitado, sino que prima la interacción con la situación. Aquí encontraríamos las imitaciones de Joaquín Reyes en los programas de televisión *Muchachada Nui*, *La Hora Chanante* o *El Intermedio*. Reyes, pese a estar bien caracterizado en estos programas como el personaje al que interpreta, en ningún momento pretende que su voz y gestualidad sean parecidas. Su fórmula es presentarse como “Hola, soy (y añade el nombre del personaje)” a partir de ahí construye la parodia. Jorge Cadaval, componente de *Los Morancos*, es otro humorista en el que la personalidad del imitador eclipsa al imitado, y ocasionalmente Millán Salcedo, componente del dúo *Martes y Trece*, quien el viernes 30 de diciembre de 2016 fue al programa de televisión *Sálvame Deluxe* (Telecinco, 2009-Actualidad) y explicó que en varias ocasiones lo habían llamado del programa de imitaciones *Tu cara me suena*, pero él se ha negado a ir como concursante, pese a haber ido como invitado en alguna ocasión, comentaba, ya que él no imita, hace parodias. Con esto se refiere a que usa la imitación para hacer reír, pero su propósito no es ser fiel al personaje. “En el realismo grotesco, el elemento espontáneo material y corporal es un principio profundamente positivo que, por otra parte, no aparece bajo una forma egoísta ni separado de los demás aspectos vitales” (Bajtín, 1973: 23). También Bajtín comenta que Flögle (1788), “califica de grotesco a lo que se aparta considerablemente de las reglas estéticas corrientes y contiene un elemento material y corporal claramente destacado y exagerado”. La exageración, lo hiperbólico, no se toma como algo negativo para el humor.

Las imitaciones pueden ser un fin (*espejo*) o un camino (*base*) para hacer reír. Con esto nos referimos a que humoristas como José Mota o Carlos Latre lo ubicaríamos como fin, ya que buscan la perfección en la imitación en la mayoría de ocasiones, mientras que en el caso de *Los Morancos* y Joaquín Reyes, es más bien un camino, una herramienta para transmitir más su propia personalidad e ideas, que para alcanzar la imitación perfecta. “Se suple la dificultad de enfrentarse a un personaje

---

11. “Las imitaciones de personajes famosos tienen a mi juicio, dos maneras de realizarse semejantes a los estilos en la pintura. El estilo hiperrealista, en el que el riesgo de fracaso es mayor por la evidencia ante el modelo a imitar, y el estilo impresionista en el que la imitación no llega a ser tan fiel, pero que recoge el espíritu del personaje”(García, 2013, entrevista).

con la parodia que se hace de este, en la que el público agradece el guión, el contexto en el que se pone al personaje y la desvergüenza del imitador...” (García, 2013, entrevista):

*La subordinación al efecto humorístico no debe influir en la técnica hasta el punto de devaluarla, sino que cada dibujante humorístico o caricaturista, busca dicho efecto dentro de su estilo, que como en el arte plástico, es un valor diferencial que cada autor debe lograr (Povedano, 2014: 9).*

Un ejemplo muy ilustrativo de esto que exponemos se vio en una entrevista en el programa *El Hormiguero* (Antena 3), en septiembre de 2016, donde Pablo Motos, presentador del programa, pide a los invitados Carlos Latre y Joaquín Reyes que imiten a su estilo al reconocido cocinero español Ferrán Adrià. Latre lo hace imitando el timbre de voz y su comunicación no verbal: gestos, tics, ademanes, etc., así como el contenido de lo que dice está basado en el personaje que imita. Reyes, por el contrario, como puntualizábamos anteriormente, usa su fórmula “Hola, soy Ferrán Adrià...” y a partir de ahí interpreta al personaje con el mismo tono de voz de todas sus imitaciones<sup>12</sup>. El público acepta y ríe ambas imitaciones por igual, con lo cual ambas fórmulas funcionan.

En el tipo *mixto*, tanto imitación meticulosa como aportaciones ajenas al personaje tienen un peso equitativo. El programa *Homo Zapping* (Antena 3) podríamos considerarlo de este tipo. En él se compaginaban imitaciones muy fieles con parodias en las que el imitador era más libre, como la sección *Estrenos de Cartelera* interpretada por Paco León.

Algunos imitadores también interpretan a un personaje cuando ya están imitando a otro, de manera *múltiple*. Es el caso de José Mota cuando caracterizado como el rey Juan Carlos I hace como si el rey imitara a su vez a otros personajes. Este tipo de imitaciones se hace poco, ya que puede provocar saturación en el espectador<sup>13</sup>.

---

12. Puede consultarse el vídeo mencionado en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=YEL-5XS82i0> [10/01/2017]. En otra ocasión, en ese mismo programa, se pide a Carlos Latre si puede hacer de *Camela* y este pregunta “¿de él o de ella?”, demostrando que puede diferenciar el timbre de las dos voces.

13. De todas maneras, José Mota en sus últimos programas, tanto en Televisión Española como en Telecinco, ha tenido una sección se que llamaba *Tu cara me suena*, igual que el programa de Antena 3. Con lo

### 3.5.1. Caso extraordinario de la superación: de lo real a la ficción.

Nos detenemos aquí para mostrar cómo una imitación de *base* puede llegar a crear un personaje completamente distinto al modelo imitado. En *Los Guiñoles*, como apuntábamos con anterioridad, ya atisbábamos este fenómeno de superación. Entiéndase “superación” como mayor reconocimiento entre el público que el personaje real. Podríamos considerar el siguiente caso como paradigmático de la importancia que, a partir del año 2000 aproximadamente, tomó la imitación en España. Se trata de la imitación de un personaje llamado “La Pantoja de Puerto Rico”.

En el año 2000 Carlos Latre aparece en el programa nocturno de máxima audiencia *Crónicas Marcianas*. Como anteriormente mencionamos, la función de Carlos Latre consistía en imitar al personaje de relevancia de esa semana, o incluso, con el perfeccionamiento de sus imitaciones, de ese mismo día.

*Crónicas Marcianas* descubre que en Puerto Rico hay un hombre, Rudy Martínez, que imita –cree imitar– a la cantante Isabel Pantoja, y se hace llamar “La Pantoja de Puerto Rico”. Javier Cárdenas, por entonces reportero del programa, se desplaza a Puerto Rico y hace una entrevista a “La Pantoja de Puerto Rico”. Este vídeo dura apenas unos minutos y Javier Sardá, director y presentador del programa, decide que Carlos Latre la imite<sup>14</sup>.

Una noche en el programa aparece Latre caracterizado con la ropa similar a la de “La Pantoja de Puerto Rico”, voz y gestos parecidos. Pero al tener tan poco material para inspirarse en ella y poder imitarla, Carlos Latre comienza a inventarse *motu proprio*, gestos y tics del personaje, de ahí que desde el principio sea una imitación de *base* y no de *espejo*. Latre explotará las escasas facultades para entrar a tiempo en las canciones, la voz rota, el mal oído y falta de ritmo, así como un despiste generalizado del personaje. En días posteriores, debido al potencial del personaje creado por Latre, deciden cambiarle el vestuario poniéndole uno más cómico. Lo que sí conserva de la imitación primigenia y del personaje *original* de Puerto Rico es el maquillaje, las uñas postizas, los pendientes y el peinado. A la hora de salir al plató, aparece Carlos Latre cubierto con una

---

cual tendríamos: la parodia o imitación de un programa, *Tu cara me suena*; a un famoso imitado por José Mota, que a su vez cantará como otro cantante conocido. En un mismo *sketch*, tres imitaciones juntas.

14. Trataremos en femenino al imitador de la Pantoja, “La Pantoja de Puerto Rico”.

especie de bata, hasta que subiéndose a la mesa, hecho característico de ese programa, muestra el nuevo vestuario siendo este más cómico que el anterior, y que tomará como uniforme. Latre se pone a bailar dejando de un lado la imitación. En ese momento asistimos a lo que consideramos algo trascendental en la imitación humorística: la superación del imitador al imitado, desarrollando una personalidad más fuerte y popular que, en este caso, “La Pantoja de Puerto Rico”. Latre tendrá una forma de hablar, de bailar, de cantar y de actuar más dicharachera y dinámica, e incluso utiliza frases y palabras en supuesto inglés. En este contexto es cuando Carlos Latre dice su famoso “¡Y eso!” a modo de muletilla<sup>15</sup>, expresión que jamás usó “La Pantoja de Puerto Rico”, sino que nace del ingenio del imitador (Bergson, 1973: 90). Además, al hablar incluye al final de casi todas las palabras una “s”, haciendo que el personaje dentro del programa se llame “Pantojas”, con “s” al final. “El imitador (o guionista) ve las posibilidades del personaje e instituye actitudes que no existen en él pero que encajan perfectamente con su perfil y el público asimila y agradece” (García, 2013, entrevista). Esta superioridad también la comenta Wayne Booth (1974, en Pinto, 1992: 295) cuando afirma que mediante la reconstrucción de una parodia en referencia al original, se llega a la superación del mismo. Es tal la superación del imitador en referencia al original que cuando *Crónicas Marcianas* consigue traer al programa a la verdadera “Pantoja de Puerto Rico”, es decir a Rudy Martínez, le obligan a decir la expresión “¡Y eso!” y el público se extrañó de que era distinto a cómo lo decía Carlos Latre. Ahora es el original el que quiere imitar a su propio imitador. De hecho, apareció con la misma ropa que Carlos Latre sacaba imitándola. “Tuvo de ‘adaptarse’ a lo que de ella se conocía” (Latre, 2013, entrevista). Este personaje se hizo famoso tras ser imitado<sup>16</sup>.

El “carácter parasitario de la parodia”, como afirman Checa y Fernández (2012: 3), desaparece en cuanto el resultado es una obra totalmente distinta a la original.

Debido a la repercusión que tuvo esta imitación, fue parodiada a su vez por otro programa de imitaciones. *Homo zapping* imitó al imitador (Latre) del imitador (Pantoja de Puerto Rico) del original (Isabel Pantoja):

---

15. Sobre la superación del imitado tenemos otra reflexión importante: la asimilación por parte de la sociedad de muletillas creadas por los humoristas (como comparte Romero, 2005: 114).

16. Añadimos que esta imitación volvió a poner de moda la canción *Se me enamora el alma*, del año 1989.

1º Isabel Pantoja (original).

2º Pantoja de Puerto Rico (Rudy Martínez).

3º Pantojas de Puerto Rico (Carlos Latre).

4º Pantoja de Puerto Rico (*Homo zapping*).

Como comenta José Guerrero (2013, entrevista) es habitual que cuando se quiere imitar a alguien se recurra a lo que recordamos del imitador de esa persona. Aunque concretamente en este caso, *Homo zapping* claramente imitaba a Latre y no a la original (de Puerto Rico) ya que ese no era su objetivo.

Otro ejemplo de superación del original lo encontramos en la parodia de *Los Morancos* del grupo *O-Zone* y su tema *Dragostea dintei* (2004) cambiando la letra por *Pluma gay*. También tuvo mucha repercusión la versión de *Mamma Mía!* del grupo ABBA, interpretada por los presentadores de *El Informal*, llamada *Qué manía*.

### 3.6. Intención: jocosa o mordaz

La imitación *jocosa* es la que imita a un sujeto sin ridiculizarlo en exceso, de manera más fina o sutil. La ironía suele ser muy utilizada en estas imitaciones: “En la ironía, es mucho más lo no dicho que lo dicho” (Carpio, 2009: 36)<sup>17</sup>. Toda imitación como aquí la estamos tratando (humorística) contiene componentes jocosos puesto que su fin es hacer reír. Además, junto a la ironía durante las imitaciones aparecen veladamente multitud de figuras retóricas, sobre todo de comparación, por ejemplo: las hipérbolas, al exagerar algún elemento del personaje; alegorías, al cambiar de contexto al personaje imitado para provocar mayor humorismo, etc. La imitación *jocosa*, pese a contener casi siempre elementos de burla, es la que desearía algún famoso que quisiera mayor notoriedad pública, ya que ser imitado da relevancia en la sociedad y actualiza la agenda *setting* de los espectadores<sup>18</sup>. Si alguien consigue ser imitado es porque tiene la

---

17. Ironía: “Burla fina y disimulada. Tono burlón con que se expresa ironía. Expresión que da a entender algo contrario o diferente de lo que se dice, generalmente como burla disimulada” (DRAE); estas imitaciones pudieran considerarse como “benévola: Que tiene buena voluntad o simpatía hacia las personas o sus obras”. Recordamos que siempre tratamos las imitaciones de manera humorística. Una imitación no humorística correspondería, por ejemplo, a los doblajes de cine de los especialistas. Esto no excluye que una imitación pueda ser benévola, pero en general siempre contiene matices de ironía o burla.

18. Se conoce como agenda *setting* al repertorio de temas que están de actualidad en los medios de comunicación, de lo que la gente habla y es consciente que transcurre. Puede suceder que un tema pasado, antiguo, vuelva a ponerse de actualidad al aparecer en los medios.

relevancia suficiente como para que un imitador se fije en él o ella.

“No solo nos reímos de los defectos de nuestros semejantes, sino a veces también de sus cualidades” (Bergson: 1973: 114). Que un imitador parodie a alguien no significa que tenga animadversión hacia esa persona. Puede incluso que tenga al imitado en alta estima y la imitación se convierta en homenaje, siendo así benévola.

La imitación *mordaz* no sería deseada por parte del famoso ya que usa el sarcasmo y se centra sobre todo en la humillación pública, destacando más las carencias, tics y defectos que las virtudes<sup>19</sup>. Es muy usual que a un imitador se le pregunte ¿Alguien se ha molestado con alguna imitación que hayas hecho? Las imitaciones mordaces son las que se hacen, en su mayoría, a los políticos a modo de reprimenda o efecto correctivo (Jenkins, 1994 en Carpio 2009: 33), criticando así al poder establecido para que el espectador disfrute de la gloria súbita que antes destacábamos<sup>20</sup>.

### 3.7. Presupuesto: alto o bajo

Es tan rica y diversa la variedad de imitaciones que podemos encontrar en España que cabría otro rasgo diferenciador: el presupuesto.

Si el imitador está consolidado, solo con su presencia bastaría para hacernos creer que se ha transformado en el personaje imitado. Esto es lo que ocurre por ejemplo, en las actuaciones de Carlos Latre en el teatro: vestido de negro para evitar distracciones y sin ningún tipo de complemento como pueden ser pelucas (sólo usa una en una ocasión) o prótesis, hace que veamos al personaje. Es cierto que en sus espectáculos se ayuda de luces, imágenes y sonidos para crear atmósfera, pero son elementos que podríamos llamar ajenos o de apoyo al público. Es el caso también del programa *Tonterías las Justas* (Cuatro 2010-2011) en su sección *La Flecha* donde el presentador Dani Martínez imitaba a famosos

---

19. Siguiendo a Bruzos (2005) pertenecería ya al género de la sátira en el sentido literario.

20. “La caricatura personal gradúa su humor en la representación de sus víctimas, pudiendo tratarse de un homenaje a un personaje cultural, en el que usa suavemente la deformación, o abstrae los rasgos, o bien de una crítica feroz, cuando utiliza la deformación de manera muy agresiva para satirizar a un personaje que considera, o es considerado por una parte de la sociedad, como detestable” (Povedano, 2014: 16). Por otro lado, tal puede llegar a ser la repercusión de los imitadores y su objetivo “correctivo” que “la gesticulación de una locutora de Canal 9 resultó blanco de la caricatura, con el llamativo efecto de que la misma trató, en lo sucesivo, de controlar sus tics más notorios” (Romano, 1993: 329). Romano indica que esto sucedió en Argentina en la década de los ochenta. En España no hemos observado que algún famoso contenga su gestualidad debido a sus imitadores aunque no se descarta, solo que aquí no ha sido analizado.

del panorama español sin tener que disfrazarse, mientras una flecha en una pantalla le indica el cambio de famoso.

Otro tipo de economía de imitación serían las imitaciones que con un escenario y complementos tienen el efecto deseado. *Los Morancos* consiguen hacer una versión de *Dragosteá din tei* con un grupo de personas que bailan, algo de vestuario y un gran plano secuencia que, gracias a la variedad de planos durante la grabación, tiene un efecto tan dinámico como lo tendría un mayor número de cámaras.

Por último, podemos encontrar imitaciones de gran presupuesto como pueden ser las que hace José Mota, en las cuales usa multitud de atrezzo, vestuario, personajes y escenarios. Son distintos estilos de imitaciones, en los que cada imitador se siente más cómodo.

Recopilamos pues, en un esquema nuestra propuesta tipológica dividida en 7 criterios:

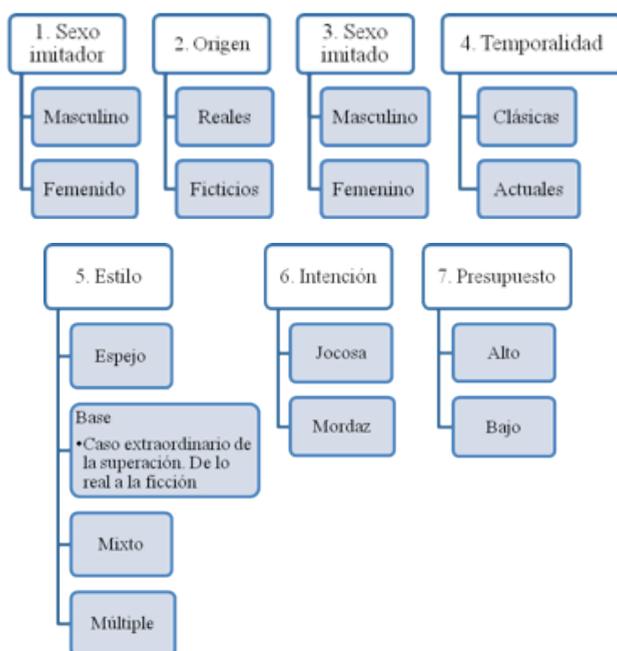


Tabla 1. Esquema de tipología de imitaciones humorísticas en España.  
Elaboración propia.

### 3.8. Caso ilustrativo: imitaciones del cantante Raphael

Como ejemplo de la variedad de tipologías que podemos encontrar analizamos las imitaciones hechas del cantante Raphael. Este artículo nos ha permitido ver que imitar a cantantes siempre ha tenido buenos resultados de audiencia en los programas de entretenimiento. El caso de Raphael es paradigmático puesto que ha sido objeto de imitaciones desde el comienzo de sus más de 55 años de carrera profesional.

Mostramos un extracto de una entrevista realizada al cantante publicada por *actualidad.rt.com*:

- *Pregunta: Usted ha dejado unas señas ahí sobre el escenario con las que la gente lo identifica. Algunos lo identificarán con esa mirada, otros con los gestos de su boca, con su dramatización sobre el escenario o incluso con la chaqueta sobre el hombro.*

- *Respuesta: No, eso lo hice una vez. Lo hice una vez en toda mi vida, en una película.*

- *Pregunta: Y mire si le marcó*

- *Respuesta: No, el público hace que eso marque. Porque el público empezó a imitarlo y los imitadores, quiero decir, los artistas que se dedican a imitar a los demás. Entonces son los que hacen que esas cosas trasciendan. Pero para mí fue un gesto, además señalado por el director de la película: “En este momento te echas la chaqueta al hombro y andas” y eso hice. Y eso quedó marcado como una cosa extraordinaria, que para mí es un movimiento normal y corriente.*

- *Pregunta: Pero quedó asociado a la figura de Raphael.*

- *Respuesta: Sí, sí<sup>21</sup>.*

En relación con nuestra tipología, vemos que se trata de un personaje *real*, es un *hombre* y además la mayoría de las veces es imitado también por *hombres*. En cuanto a la temporalidad, depende de la canción que sea imitada: por ejemplo, la canción *Mi gran noche* (1968) correspondería a

---

21. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=FJ-zSWwrFcQ> [18/01/2017].

las *clásicas* y si fuera imitado cantando una canción de su último disco *Infinitos bailes* (2016) correspondería a una *actual*. La intención dependerá del contexto, pero sus imitaciones desprenden jocosidad más que elementos mordaces, al menos los ejemplos que hemos observado. El presupuesto dependerá del programa en el que se inserte la imitación.

Mostramos seguidamente un extracto inédito (y autorizado) de una entrevista de investigación académica que realizamos a Raphael (20 de septiembre de 2016) a propósito de temas relacionados con su comunicación no verbal donde le preguntamos su opinión sobre las imitaciones que hacen de él:

- *Pregunta: Aunque sostienes que solo Juan Ribó te interpretó...<sup>22</sup>*
- *Respuesta: Y muy bien*
- *Pregunta: ¿Entiendes que por tu quinésica, manera de moverte, eres un objetivo claro para cualquier imitador en España?*
- *Respuesta: Juan no me imitó, Juan lo hizo tan bien que no me imitó. Yo tuve una conversación con él y le dije “No me imites, interprétame”. Y me interpretó y lo hizo fenomenal.*
- *Pregunta: ¿Pero entiendes que te caricaturicen?*
- *Respuesta: Sí, bueno, eso es un puro disparate [Risas].*
- *Pregunta: En un programa de Raffaella Carrá, Millán Salcedo de “Martes y Trece”, hizo una broma con un gesto que se supone que tú realizabas y te hizo hacerlo para demostrar que lo hacías.*
- *Respuesta: No me acuerdo bien de ese momento. Pero los imitadores lo que tienen es que se imitan a sí mismos. Ellos ven un personaje, lo ven a su manera y luego lo ridiculizan y lo llevan ya a extremos que no tienen nada que ver. Una imitación es muy difícil de hacer. Una buena imitación es muy complicada y es muy difícil.*

La situación por la que preguntamos a Raphael se trata de un

---

22. Interpretación en la película sobre la vida del artista llamada *Raphael: una historia de superación personal*. (Antena 3, 2010).

momento en el que el humorista Millán Salcedo le pregunta a Raphael en directo en el programa *¡Hola Raffaella!* (TVE, 1992-1994): “¿Raphael, por qué haces esto siempre?” En ese momento Millán se lleva los dedos índice y corazón a la mejilla derecha de su cara, dándose pequeños toques en el rostro, mientras entona la pregunta con el modo de hablar del cantante -según el humorista- y abriendo mucho los ojos. En ese momento Raphael le pregunta: “¿Esto? ¿Cuándo hago yo esto?” y procede él mismo, Raphael, a gesticular igual que estaba haciendo Millán Salcedo en ese momento, a lo que Millán contesta: “Pues ahora ¿No lo ves?”. Eso provocó las risas de los asistentes y del propio Raphael<sup>23</sup>. Este gesto, llevarse los dedos a los pómulos o a la cara lo usan muchas personas cuando de manera *casera* imitan a Raphael, siendo un gesto introducido por Millán, es decir, la gente imita a Millán imitando a Raphael<sup>24</sup>.

“Lo que funciona como síntoma de la actitud humorística del sujeto es un error, una desproporción, una rigidez en el comportamiento, una desviación o incoherencia con respecto al orden natural de los acontecimientos” (Núñez, 1984: 270). Por esta razón las imitaciones humorísticas deben tener algo de surrealismo para causar humor e impacto en la audiencia. Una imitación perfecta puede causar admiración y es valorada en concursos de imitaciones (*Lluvia de estrellas*), pero para que sean humorísticas han de tener ese componente de “desviación” que citaba Núñez. Por este motivo las declaraciones de Raphael sobre que las imitaciones “son un puro disparate” son acertadas puesto que normalmente se hipertrofian rasgos del personaje buscando el humorismo, como es el gesto que hace Millán, que toma de *base* para imitar al cantante. Con esto mostramos que, efectivamente, hay imitaciones que incorporan gestos que en origen el personaje imitado nunca ha hecho. Pero igualmente es usado por los imitadores para proceder a la imitación y es tal la trascendencia que las imitaciones pueden llegar a tener en la sociedad, que el público identifica esos gestos o expresiones de los imitadores con los personajes reales.

Si seguimos con el ejemplo de Raphael, en el programa *Tu cara*

---

23. Momento recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=AF\\_j7Em9uUo](https://www.youtube.com/watch?v=AF_j7Em9uUo) [01/09/2016].

24. “Peirce describe la irrupción de lo real como un signo que compulsivamente produce una reacción de atención, y un modo potencial de comprensión.[...] El entendimiento derivado del signo inicial se asemeja al producido por el testimonio, el documental, las noticias, etc.” (Andacht, 2003: 29-30). Aunque Andacht trate el programa *Gran Hermano*, consideramos pertinente esta cita.

*me suena*, en las cinco ediciones que existen hasta ahora (2017), ha sido imitado en cinco ocasiones. Los estilos fueron: dos humorísticos (*base*) y tres donde se evita el humorismo (*espejo*). Las imitaciones que evitaron el humorismo, *espejo*, las realizaron Edu Soto, Blas Cantó y Francisco. Las dos más *jocosas* sin llegar a ser *mordaces*, de *base*, fueron llevadas a cabo por Santiago Segura y por Florentino Fernández. De Santiago Segura y de Florentino Fernández, reconocidos humoristas españoles, en sus imitaciones se esperaba la parodia más que la imitación fiel (vocal), y se les adjudicaron canciones donde la comunicación no verbal era más histriónica y de mayor provecho para sus personalidades. Los cinco imitaron a Raphael, pero cada uno con un estilo diferente<sup>25</sup>.

#### 4. CONCLUSIONES

En este artículo mostramos por primera vez una clasificación de las imitaciones humorísticas televisivas en España. Es un modo de comunicación que aúna: lenguaje, comunicación no verbal, humor, actualidad y cultura, fundamentales para el estudio de la comunicación audiovisual. De hecho, podrían hacerse estudios individualizados sobre estos temas dentro de las imitaciones humorísticas en general, así como estudios también centrados en las imitaciones de personajes de un sector concreto: políticos, cantantes, presentadores de televisión, etc.

Corroboramos que las imitaciones humorísticas en televisión son un recurso importante en el género de entretenimiento que con momentos de mayor y menor auge siempre han estado presentes en las parrillas televisivas, debido a que muchas ofrecen un espectáculo para todas las edades. Como decimos, en las televisiones españolas se dan ciclos de mayor o menor apogeo de programas de imitaciones. De todas formas vemos que el humor siempre está presente en la televisión ya que es un elemento necesario para contrapesar lo serio, y a veces trágico, de la realidad. La actualidad, 2017, es un ciclo favorable para este tipo de programas.

---

25. Los vídeos de estas cuatro imitaciones están disponibles en internet:

Santiago Segura <https://www.youtube.com/watch?v=5mbMLfxqlCs>

Francisco <https://www.youtube.com/watch?v=Kbpr-xBtgvY>

Florentino Fernández <https://www.youtube.com/watch?v=WjByhax7qwY>

Edu Soto <https://www.youtube.com/watch?v=9DhyCMPIMUo>

Blas Cantó <https://www.youtube.com/watch?v=usR78Fmq9I0>

[15/10/2016]

El 12 de mayo de 2017, en el programa *Tu cara no me suena todavía* Raphael volvió a ser imitado.

La tipología realizada en el estudio nos permite observar la gran variedad de maneras de imitar humorísticamente, así como la posibilidad de catalogar todas las imitaciones. No pretendemos definir un modelo único e inamovible, pero sí que se apunte de partida para futuras investigaciones concretas sobre las imitaciones humorísticas en televisión. Consideramos que los 7 criterios utilizados en este artículo son suficientemente amplios para clasificar cualquier imitación y concretarla gracias a sus subapartados. No sólo podría servir de base para futuros estudios, también puede orientar a guionistas de televisión, mostrándoles qué apartado o subapartado está menos explotado en televisión y apostar por la innovación, o ayudarles a ver qué imitaciones han tenido más éxito históricamente.

Hemos podido ver que muchas de las imitaciones que se realizan en España tienen como base fundamental la imitación de cantantes, puesto que no requiere de la escritura de un guión durante la imitación propiamente dicha, sí para el antes o el después.

Observamos que lo que puede comenzar como un pacto de ficción, el espectador sabe que lo que tiene ante sí no es el referente real, puede darse el caso que partiendo de un hecho real o de referencia fiel al personaje imitado, los imitadores pueden desarrollar su propio personaje y el mundo que lo rodea: ropa, poses, frases, gestos, etc. haciendo que los espectadores identifiquen esos rasgos inventados por el imitador con el referente real.

Los imitadores usan multitud recursos semióticos: tonos, gestos, intención para producir sus imitaciones. En varias ocasiones se ha dado el fenómeno de creación de un personaje nuevo a raíz de la imitación de base de algún famoso, cobrando más popularidad la creación del imitador.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIL, G. (1980). "Cómo gastar bromas". *Reis* 11, 75-89.
- ALBALADEJO, T. (1998). *Teoría de los mundos posibles y macroestructura narrativa. Análisis de las novelas cortas de Clarín*. Murcia: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- ANDACHT, F. (2003). *El reality show: una perspectiva analítica de televisión*. Buenos Aires: Norma.
- ARISTÓTELES. *La Retórica*. <http://historiantigua.cl/wp-content/up->

- loads/2011/08/Aristoteles-Retorica.pdf*. Capítulos Libro Primero: 1, 2, 3, 4, 5 y 11. Capítulos Libro Segundo: 11. Capítulos Libro Tercero: 1, 2, 9, 11, 18 y 19 [03/05/2013].
- \_\_\_\_\_. *La Poética*. En <http://www.philosophia.cl/biblioteca/aristoteles/poetica.pdf> [03/05/2013]. Edición electrónica de la Universidad ARCIS. Arte y Ciencias Sociales, Chile.
- BAJTÍN, M. (1990). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Madrid: Alianza Universidad.
- BERGSON, H. (1973). *La risa: ensayo sobre la significación de lo cómico*. Madrid: Espasa Calpe.
- BRUZOS, A. (2005). “Modalidad irónica, medio paródico, fin satírico”. En *La maravilla escrita, Antonio de Torquemada y el Siglo de Oro*, Juan José Alonso Perandones (coord.), 199-212. León: Universidad de León, Servicio de Publicaciones.
- CARPIO, J. Á. (2009). *El humor en los medios de comunicación: estudio de los guiñoles y sus efectos en las opiniones políticas*. Tesis Doctoral. Universidad Pontificia de Salamanca.
- CASARES, J. (2002). “Concepto del humor”. *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)* 7, 169-187.
- CHECA, F. y FERNÁNDEZ, C. (2012). “Humor y teatro en el mundo social de la Restauración. Las parodias como ejemplo”. *Gazeta de Antropología* 28, 1-16.
- DÍAZ, S. (2012). “Arlequín. Una imagen de la subjetividad lúdico-estética”. *Bajo Palabra. Revista de Filosofía* (II Época) 7, 177-184.
- FERNÁNDEZ, F. (1998). *Telebasura española*. Barcelona: Ediciones Glénat, S.L.
- FOUCAULT, M. (1999, segunda edición en español). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores, S.A.
- GABILONDO, Á. (1990). *El discurso en acción. Foucault y una ontología del presente*. Madrid: Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid y Editorial Anthropos.
- GREIMAS, A. J. y COURTÈS, J. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la Teoría del Lenguaje*. Madrid: Editorial Gredos.
- JÁUREGUI, E. (2008). “Universalidad y variabilidad cultural de la risa y el humor”. *AIBR Revista de Antropología Iberoamericana* 3.1,

- enero-abril, 46-63.
- LATRE, C. (2012). *Yes, We Spain*. [DVD]. Madrid: Sony Music.
- LLERA, J. A. (2003). “Una aproximación interdisciplinar al concepto de humor”. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica* 12, 614-628.
- LÓPEZ, Á. (2008). “Consideraciones sobre el humor verbal”. *Boletín de Filología* (Universidad de Chile) XLIII, 241-253.
- MARTÍNEZ, A. (2003). “Hay que ver lo que ha cambiado”. En *El Guiñol, ocho años de Aznar*, VV. AA., 9-19. Madrid: Santillana Ediciones Generales,
- MÉNDEZ, E. (2014). “La parodia informativa como frivolidad del discurso político”. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación* 59, 61-91.
- NÚÑEZ, R. (1984). “Semiótica del mensaje humorístico” En *Actas del Congreso Internacional sobre Semiótica e Hispanismo*, M. Á. Garrido Gallardo (ed.), 269-275. Madrid: CSIC.
- PEÑALVER, M. (1997). *Desde el sur: lucidez, humor, sabiduría y otros discursos*. Cádiz: Universidad de Cádiz, Servicio de Publicaciones.
- PINTO, M. R. (1992). *La influencia del humor en el proceso de comunicación*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.
- POVEDANO, A. (2014). *La caricatura personal en relación con el humor gráfico y el sentido del humor: Clasificaciones, interrelaciones y diferencias*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla. [Información extraída del resumen de TESEO.]
- ROMANO, E. (1993). “Parodia televisiva y sobre otros géneros discursivos populares”. *Cuadernos Hispanoamericanos*, número especial “20 años de cultura argentina”, 517-519 (julio-septiembre), 323-336.
- ROMERO, A. (2005). “La producción especializada del discurso humorístico en un entorno cultural postmoderno”. *Reis* 109, 75-125.
- SANDRO, P. y SALGADO A., eds. (2008). *El entretenimiento en TV: guion y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes S.A.
- VIGARA, A. M. (1994). *El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis*. Madrid: Ediciones Libertarias.

Recibido el 21 de mayo de 2017.  
Aceptado el 11 de julio de 2017.

