

# Voces narrativas en la información audiovisual: el Telediario como espectáculo<sup>[\*]</sup>

FRANCISCO JAVIER GÓMEZ TARÍN

Universitat Jaume I, Castellón (Spain)

## Abstract

En un momento en que parece evidente que la espectacularización salpica todas las propuestas audiovisuales que nos son planteadas a través de los medios de comunicación, y más específicamente por la televisión, se hace patente que los contenidos ya no reflejan una voluntad informativa sino que son fruto del interés por la consecución de las audiencias. Este problema, que deriva en la mediocridad generalizada, se hace mucho más grave y complejo cuando nos situamos frente a unos espacios que teóricamente deben responder a voluntades informativas: los telediarios.

El propósito de la comunicación es establecer la relación entre diversas cadenas y sus correspondientes telediarios partiendo del análisis textual de una jornada (mañana y noche), de tal forma que no solamente podamos constatar las diferencias entre contenidos y su tratamiento (nivel de prioridades, interpretación de los hechos, nexos, etc.) sino que se puedan establecer los procedimientos formales (expresivos) que hacen posible la espectacularización. De hecho, lo esencial de la comunicación estriba en reflexionar sobre las estrategias narrativas y la construcción de sentido a partir de los dos mecanismos esenciales: el punto de vista y la enunciación.

Se trata, en esencia, de la aplicación de las herramientas de análisis filmico a los productos informativos de televisión, partiendo de una perspectiva semiótica que en su momento ya formularon autores como Bettetini, Casetti o Di Chio, ya que, en los tiempos que corren, es oportuna una revisitación y, si ha lugar, una reformulación.

La comunicación, a su vez, se integra en los trabajos de desarrollo de herramientas de análisis audiovisual que el grupo de investigación dirigido por el autor está llevando a cabo de cara a la redefinición y catalogación de los recursos expresivos y narrativos en la era digital. Al mismo tiempo, se vincula a dos proyectos de investigación en vigor que apuntan en la misma línea de investigación.

[\*] Este texto se vincula a los trabajos que desarrolla el Grupo de Investigación I.T.A.C.A., y al Proyecto de Investigación *Tendencias actuales en la producción y realización de informativos para televisión: entre el espectáculo, el entretenimiento y la información*, financiado por la convocatoria de la Universitat Jaume I y Bancaja, para el periodo 2007-2010, con código 071430-P1 1B2007-26, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici. Asimismo, se vincula parcialmente al proyecto *Discursos emergentes: repercusión teórico-práctica de las nuevas tecnologías en la construcción del discurso audiovisual y sus nuevos soportes*, financiado por la Generalitat Valenciana (DOCV nº 5.689, de 28-01-2008) para el periodo 2008 (finalización septiembre 2009), con expediente GVPRE/2008/159, bajo la dirección del Dr. Francisco Javier Gómez Tarín.

## 1. INTRODUCCIÓN

En un momento en que parece evidente que la espectacularización salpica todas las propuestas audiovisuales que nos son planteadas a través de los medios de comunicación, y más específicamente por la televisión, se hace patente que los contenidos ya no reflejan una voluntad informativa sino que son fruto del interés por la consecución de las audiencias. Este problema, que deriva en la mediocridad generalizada, se hace mucho más grave y complejo cuando nos situamos frente a unos espacios que teóricamente deben responder a voluntades informativas: los telediarios. La propuesta de un medio con capacidad y voluntad iniciales para informar-entretener-educar, se ha quebrado por completo en beneficio del *infotainment*.

El propósito global del presente trabajo es establecer la relación entre diversas cadenas y sus correspondientes telediarios partiendo del análisis textual de una jornada (en diferentes horarios de mañana y noche), de tal forma que no solamente podamos constatar las diferencias entre los contenidos y sus tratamientos (nivel de prioridades, interpretación de los hechos, nexos, etc.) sino que se puedan establecer los procedimientos formales (expresivos) que desvelan la creciente espectacularización. Reflexionaremos aquí, por evidentes razones de espacio, sobre las estrategias narrativas y la construcción de sentido a partir de dos mecanismos esenciales, el punto de vista y la enunciación, sin que esto agote trabajos posteriores sobre los contenidos y su presentación.

Para mantener un nexo empírico que haga posible la comparación en un equilibrio dotado de la conveniente estabilidad, hemos trabajado sobre una jornada concreta: el 10 de marzo de 2009. En tal fecha, procedimos a grabar los telediarios de mediodía de *Antena 3*, *Canal 9*, *Cuatro* y *TVE Comunidad Valenciana*; otro tanto hicimos con los de la noche de *Tele 5*, *TVE 1* y *TVE 2 Express*.

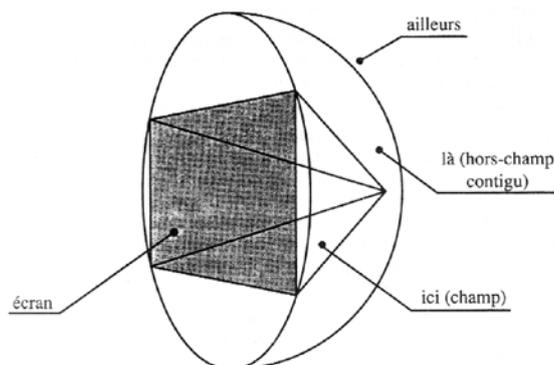
Hemos obtenido, pues, los textos esenciales de las cadenas públicas nacionales y de la Comunidad Valenciana, así como de las cadenas privadas con cobertura nacional, a excepción de *La Sexta* (por impedimentos horarios). La fecha no es aleatoria, ya que en aquel momento estaba muy en vigor la trama de corrupción del llamado *caso Gürtel*, antes de los procesos judiciales. Por supuesto, con todos estos materiales se ha procedido a confeccionar un completo *découpage* y, a partir de él, una tablas relacionales que, por razón de espacio, es imposible incluir aquí.

## 2. LA TELEVISIÓN Y SU ESPECTADOR

### 2.1. La pirámide visual

La relación que se establece entre el espectador y el mecanismo de proyección-reproducción es muy diferente en el cine y en la televisión. Los elementos esenciales que caracterizan la representación cinematográfica (sala a oscuras, fruición colectiva, proyección sobre pantalla blanca con delimitación de sus bordes) tienen poco que ver con la «caja tonta» en el seno del entorno familiar (ruido y luz ambiental, fruición individual, confusión de límites, quiebra del fuera de campo). Sin embargo, en ambos casos existe una esfera visual que delimita las posiciones del ente emisor y del ente receptor.

Aunque se refiere al cine, la aportación de André Gardies nos parece fundamental para establecer la condición espacial desde una perspectiva que no deje indemne la posición del espectador. La propuesta de Gardies puede ser expresada gráficamente a partir del diagrama sobre las semiesferas diegética y espectacular (Gardies, 1993: 35):



Aparecen así tres espacios: *aquí* (el campo), *ahí* (el fuera de campo contiguo) y *más allá* (un fuera de campo indeterminado). Pero lo más importante es que este esquema sitúa otras relaciones: espectador (en línea directa con el campo y la pantalla), pantalla y pirámide visual (que se corresponde con el campo y el universo diegético visible) y resto del universo diegético (que puede o no ser actualizado). Hay un *más allá* y un *más acá* (*en deça*) que intervienen en la fruición cinematográfica de forma solidaria y, al mismo tiempo, separados. El ojo espectacular, que «ve» el film, se articula sobre el universo diegético y sobre el propio imaginario del espectador, sólo puede existir en el interior del dispositivo escenográfico que lo produce (Gardies, 1993: 29) y que mantiene la imagen siempre en el lugar del *aquí* (*ici*), la pantalla, independientemente de su naturaleza (Gardies, 1993: 43).

Lógicamente, ante tal relación, los procesos de identificación del espectador con el film tienen lugar merced a la transparencia enunciativa y a la *inmersión* de este en la trama (personajes y acciones) gracias a un mecanismo de identificación primaria con el ojo que ve (la cámara, o punto de vista).

Pero la televisión no puede generar un espacio en el que el espectador se evada de sí mismo y lleve a cabo el *viaje inmóvil* propuesto por Burch. De hecho, no tiene más posibilidad que mostrarse a sí misma como un vehículo relacional en cuya base está la búsqueda de la audiencia y, ¡cómo no!, el eje unificador de toda la programación: la publicidad, que es el elemento de continuidad real por excelencia. Como ya indicábamos en otro lugar (Gómez Tarín, 2007), hay un objetivo específico (la venta de un producto) que se pretende llegue a un máximo posible de la población (comunicación en masa) y que repercuta en algún tipo de beneficio para la entidad anunciante que puede o no ser de carácter económico. Lógicamente, el polo emisor aparece así como hacedor supremo y abre el canal comunicativo para dirigir a su audiencia mensajes de carácter fáptico y conativo; en otras palabras, *la relación emisor-receptor*, lejos de ser igualitaria, *deviene performativa*: *alguien indica a muchos que deben consumir algo*. Este esquema, propio de la publicidad, se ha contagiado al conjunto de programas, incluso a

los informativos; basta con sustituir *consumir algo* por *pensar algo* (porque, como podemos comprobar, en la situación actual no se trata de que el espectador *piense sobre algo*, sino que se habilita para él la *forma en que debe pensar algo*). Tal como indica Ramonet (1998: 90): «El telediarario dice la noticia y, al mismo tiempo, nos dice lo que hay que pensar de esa noticia».

Nos interesa aquí hablar menos de los objetivos comerciales de las cadenas de televisión que de los sociales e ideológicos, si es que una diferenciación radical puede ser establecida (mucho nos tememos que no es posible). Hoy día ya no se trata de informar ni de convencer sino de abrir y mantener el canal comunicativo abierto como base indispensable para cualquier tipo de discurso persuasivo. Obviamente, los beneficios son transversales: sociales, ideológicos, institucionales, pero también económicos. En este proceso se rompe un equilibrio básico de la representación audiovisual: el espectador —individualizado— ya no está situado respecto al mecanismo reproductor (la pantalla del televisor, en este caso) en un fuera de campo heterogéneo, como acontece en el cine, sino que, por el contrario, se ha producido un «corrimento» de las estructuras espaciales de tal forma que ahora ese espectador forma parte del conjunto; el texto audiovisual no interpela (relación YO-TU) sino que señala —¿comparte?— como si la estancia en que se produce la fruición estuviera situada justo frente al ente emisor, físicamente, en su propio entorno espacial; del fuera de campo heterogéneo se ha pasado, casi milagrosamente, a un *fuera de campo homogéneo* (NOSOTROS, TU y YO). Tal procedimiento consigue *espectacularizar* las parcelas cotidianas de nuestras vidas e inscribe cualquier atisbo de realidad en un mundo virtual.

El efecto «tele» supone que, pese a que lo que vemos no está en el lugar físico en que lo vemos, sí está presente en el tiempo en el que lo vemos. Por ello, el locutor de televisión, a diferencia del actor cinematográfico, mira directamente al eje axial de la cámara: *hace, del contracampo universal, lugar del contraplano posible...* Por medio del directo, se postula la última gran homogeneización espacial: el «fuera de campo» no sólo es reversible y habitable, sino que está estrictamente habitado. El espectador «vive» en un potencial contraplano (Palao, 2000: 10-11)

La conexión, consecuencia del efecto de la tipología formulada por cada autor, entre *contraplano posible* y *fuera de campo homogéneo* no es banal porque, en resumidas cuentas, de lo que se trata es de que para el espacio televisivo el espectador no es un ente exterior, sino que propone una retórica que integra a este en el seno de su planificación, haciendo de la relación campo—contracampo un apartado más de la sucesión de planos en el eje. Las miradas del presentador a cámara, son miradas directas al espectador, pero no se plantean como interpelación —que también, en ocasiones— sino como connivencia: *tú que estás ahí, conmigo = tú que estás aquí* (en consecuencia: mi relato es la realidad, como tú mismo puedes comprobar).

En el discurso audiovisual de los telediarios es matizable este concepto de *contraplano posible* (de ahí que optemos mejor por el de *fuera de campo homogéneo*) ya que, aunque el espectador se encuentre situado en un contracampo implícito, nunca tendrá la posibilidad de formar parte de la imagen con el consiguiente contraplano que actualice su posición, como necesariamente habría de acontecer en el Modo de Representación Institucional (M.R.I.) cinematográfico. En efecto, estamos inmersos en un relato que se vehicula con la ausencia total del

contraplano, es decir, en un modelo representacional muy similar al del cine de los orígenes (frontalidad). Esto no puede ser de otra forma, toda vez que el nuevo eje que se ha constituido, y que no es otro que el eje de acción del M.R.I., es el que une mediante una línea imaginaria las miradas de presentador y espectador, ya que la posición de cámara asignada al espectador en su butaca no es otra que la del punto de vista subjetivo y el eje trazado genera en realidad la espacialidad. De ahí que la pirámide visual ya no encaje como una relación integrada en una semiesfera y debamos hablar de una esfera visual cerrada por todos sus extremos. En otras palabras: el texto audiovisual que formula el telediario sobre la pantalla del televisor es una *mise en abîme* del relato efectivo que incluye al espectador en su entorno y que separa drásticamente el punto de vista subjetivo de éste y el mecanismo enunciativo del texto audiovisual que visiona.

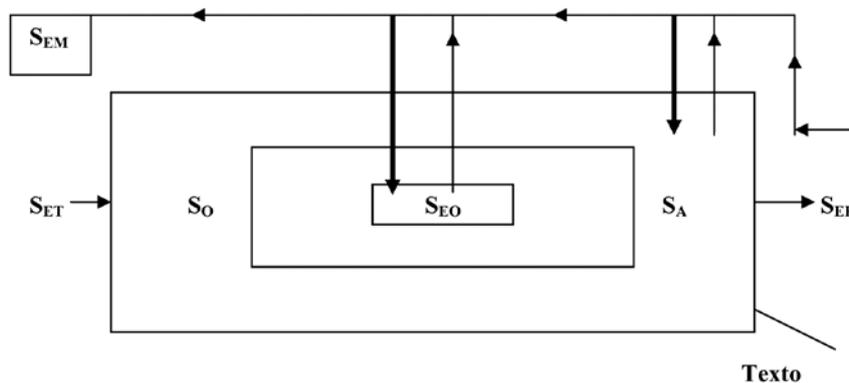
El elemento común a las diferentes modalidades de *mise en abîme* es que el dispositivo de enunciación del telediario consigue «introducir ese cuerpo enunciativo que nos narra las informaciones en relación con la realidad, relación similar a la que mi cuerpo mantiene con el formato de tal discurso»: en todas sus variantes, el dispositivo nos dice lo mismo: la realidad para él, el presentador, es idéntica a lo que es para mí, para nosotros: una pantalla de televisión (Véron, 1983: 118)<sup>[1]</sup>.

## 2.2. Enunciación

El sujeto de la enunciación se manifiesta en el discurso porque es aquel que se define a sí mismo como «yo» frente a la instancia del «tú», que es la entidad receptora. El «yo» que enuncia adquiere nueva dimensión en el texto audiovisual puesto que se trata de un ente colectivo de difícil concreción (en tanto que sujeto o enunciador real), pero, al mismo tiempo, se muestra a través de una enunciación delegada que se visualiza o no, según los casos, como sujeto implícito y/o narrador. En palabras de Christian Metz (1991: 209): «... tres niveles discursivos: 1) el nivel realmente primero, que es siempre impersonal, la enunciación; 2) el segundo nivel, eventual, que corresponde al primer enunciador (diegético o no, que se hace cargo del relato o de cualquier otro elemento); 3) los niveles siguientes, también eventuales, que corresponden a enunciadores temporales (a cuyo cargo hay una narración o cualquier otro elemento, pero siempre diegéticos puesto que preexisten, hipotéticamente, en el texto)», lo que implica una trama compleja de sujetos enunciativos con un reflejo paralelo en los sujetos receptores, como podemos ver en la imagen de la página siguiente.

En un telediario, esta serie de enunciativos y enunciatarios pueden ser fácilmente identificados: **Set**, el sujeto transmisor empírico es el meganarrador o autor implícito, aparentemente ausente pero que controla toda la narración (podemos identificarlo con la cadena televisiva); **So** es el sujeto enunciativo, evidentemente el presentador en tanto narrador delegado de primer nivel, que conduce el programa, pero también incluye a toda la serie de narradores de segundo nivel (reporteros) que introducen comentarios y noticias (evidentemente, este elemento debería

[1] La traducción es nuestra.



Donde:

**Set** es el sujeto transmisor empírico.

**So** es el sujeto enunciador.

**Seo** es el sujeto del enunciado.

**Sa** es el sujeto enunciatario.

**Ser** es el sujeto receptor empírico (el espectador—el destinatario)

**Sem** es el sujeto enunciador-modelo, construido por el destinatario en su impacto, y en su trabajo, con la superficie significativa del texto.

(Bettetini, 1996: 110)

verse desdoblado ya que, tal como se plantea, resulta insuficiente porque, además, habrán de aparecer los relatos de los entrevistados y su relación con ellos); **Seo**, el sujeto del enunciado, es aquello de lo que se trata en cada momento, con sus protagonistas de los diferentes relatos de segundo orden; **Sa**, el sujeto enunciatario, no es otro que el ente conceptual que sustituye al narratario en el interior de la diégesis, en tanto interlocutor del sujeto enunciador (elemento que debería ser desdoblado también para cerrar los relatos de segundo orden); **Ser**, el sujeto receptor empírico es, como se indica en la cita, el espectador, el destinatario; y **Sem**, el sujeto enunciador-modelo, es la imagen o concepción que el espectador se hace para sí mismo del ente enunciador y que no necesariamente coincide con las realidades empíricas de **Set** o de **So**.

Por otro lado, los deícticos, que en el lenguaje son marcas de enunciación, sufren una radical transformación en el texto audiovisual y su presencia tiene que matizarse, toda vez que se inscriben en el propio significante a través de elementos formales. «Cada texto se presenta, por tanto, con una estructura semántica y un conjunto de instancias pragmáticas: con un sistema de valores y una estrategia de convicción en confrontación con el receptor (...) El sujeto de la enunciación se hace presente en el texto por medio de un simulacro compuesto por elementos modales, por elementos temporales, por elementos espaciales y por indicaciones-sugerencias-órdenes dadas al enunciatario» (Bettetini, 1996: 81), lo que se traduce en el audiovisual por rupturas en la transparencia discursiva que tienen lugar por medio de: 1) elementos formales *in praesentia* (movimientos de cámara, angulaciones, miradas a cámara, nexos), 2) manifestaciones actanciales (narrador, autor implícito personificado en la diégesis), y/o 3) elementos *in absentia* (elipsis y fuera de campo). Todo lo cual nos obliga a contemplar un complejo marco de relaciones entre los diferentes sujetos intervinientes y, al mismo tiempo, a la distinción entre dos modelos de discurso —entre los cuales hay un infinito de posibilidades graduales— según la instancia enunciativa se oculte o se desvele.

### 2.3. Los narradores en los telediarios

Casetti y Di Chio (1999: 289-290) plantean una serie de «figuras que representan al autor implícito, identificando sus espacios de acción, sus funciones y sus gestos rituales, hasta llegar a determinar una verdadera tipología del pacto comunicativo». Estas figuras son: el presentador, que determina un pacto comunicativo de espectáculo; el locutor, que lo determina de aprendizaje; el charlatán, de comercio; y el conductor, de hospitalidad. Sin embargo, creemos que tal taxonomía, siendo efectiva en el conjunto de programas de la «neotelevisión», no hace justicia a la enunciación que se da en el seno de los telediarios. A este respecto, proponemos la aplicación de nuestra propuesta de narradores para el discurso audiovisual en su conjunto, que parte del fílmico pero que no se cierra en él con exclusividad. El único narrador presente siempre en todo relato audiovisual es el meganarrador. Así (Gómez Tarín, 2009):

*Meganarrador* (siempre presente):

- *Oculto* → transparencia enunciativa. Presumiblemente, focalización yocularización omniscientes.
- *Manifiesto*:
  - o *Procesos significantes* → el meganarrador quiebra la transparencia mediante marcas en el uso de diversos recursos expresivos.
  - o *Instancia narradora*:
    - *Rótulos* → el meganarrador quiebra la transparencia. Presumiblemente, focalización yocularización omniscientes.
    - *Voces (enunciación delegada)*:
      - *Over* (narrador no personaje). Presumiblemente, focalización yocularización omniscientes.
      - *Off* (narrador personaje) → el meganarrador se manifiesta como autor y quiebra la transparencia. Presumiblemente, focalización interna (gradual, hasta el relato autodiegético) yocularización omnisciente.
    - *Narradores* (siempre serán *enunciaciones delegadas*):
      - *De primer nivel* (relato marco): presumiblemente, focalización interna,ocularización omnisciente o interna, narratario - espectador
        - *Homodiegéticos*, si son personajes en la historia que cuentan.
        - *Heterodiegéticos*, si no son personajes en la historia que cuentan.
      - *De segundo a 'n' nivel* (intradiegéticos): presumiblemente, focalización interna,ocularización interna u omnisciente, narratario – personaje.
        - *Homodiegéticos*, si son personajes en la historia que cuentan.
        - *Heterodiegéticos*, si no son personajes en la historia que cuentan.

A la vista de los telediarios estudiados, y de muchos más vistos asiduamente, podemos establecer con claridad que el relato audiovisual que tiene lugar en este tipo de formato no busca en modo alguno la transparencia enunciativa y el meganarrador se manifiesta abiertamente a través de la figura del presentador en tanto narrador de primer nivel heterodiegético, toda vez que no forma parte de la historia que cuenta. A su vez, intervienen una serie de narradores de segundo nivel (también heterodiegéticos) que tienen en apariencia al presentador como interlocutor pero que dirigen sus miradas a la cámara, es decir, al espectador, con lo que es poco habitual que se establezca un dispositivo de cruce miradas a tres (solamente cuando hay diálogo directo con el presentador) y, sin embargo, sí es más frecuente que siga siendo la mirada subjetiva del espectador la que rija la sucesión de imágenes propuestas. Más allá, pueden haber entrevistados que se constituyan a su vez en narradores de segundo nivel heterodiegéticos (como testigos o evaluadores) u homodiegéticos (como relatores de su propia vivencia).

Como podemos ver, estas delimitaciones diluyen considerablemente la proliferación taxonómica, que muchas veces puede llegar a ser inútil por la multiplicidad de variables, pero se produce un curioso fenómeno en el cruce de punto de vista y enunciación, ya que la focalización (el saber) se mantiene externa a todo el cúmulo de personajes-narradores que aparecen y deviene, en apariencia, omnisciente, pues corresponde al meganarrador, en tanto que la ocularización se ancla en la mirada del espectador. Esto quiebra la norma habitual del dispositivo cinematográfico y habilita una nueva comprensión de los espacios escénicos en la televisión.

El presentador, personaje visible por excelencia, es una figura de enunciación delegada. En realidad, «el presentador del telediario es un habla corporizada o, dicho en otros términos, la *incorporación* del mundo en forma de discurso encarnado, con una enorme carga de condensación: su cuerpo es el que soporta el peso de la actualidad; en un movimiento centrípeto, atrae la mirada, es como una garantía de que el espectador no escapa al discurso informativo: aunque no significativo como cuerpo carnal, es ineludible como cuerpo referencial, siempre vuelvo a él, es el garante de la continuidad discursiva y de la linealidad narrativa» (Imbert, 2008: 142). Solamente en los casos de narradores de segundo nivel (entrevistados testigos, relatores y/o evaluadores) nos encontraríamos ante una enunciación directa y no delegada cuyas características habría que vincularlas directamente al *método de trabajo documental* propio de los telediarios y los reportajes inscritos en ellos, pero que, en todo caso, se condensan en un espectáculo de orden jerárquico superior que reviste todos los requisitos de la ficción.

### 3. FORMALIZACIÓN

Estamos, pues, en condiciones de comprobar la veracidad de los aspectos anteriormente planteados y establecer las diferencias que se produzcan entre unas y otras cadenas, sin ánimo de exhaustividad pero atendiendo siempre a la importancia que debe concedérsele a los aspectos relacionados con el proceso enunciativo y la construcción del punto de vista.

En el comienzo de todo telediario encontramos la «imagen de marca» de la cadena: una infografía que introduce y posteriormente sirve de nexo parcialmente entre los diferentes tramos del telediario, así como de cierre. Se trata, como es evidente, de la manifestación del meganarrador a través de una inscripción similar a los arranques habituales de los films; se dan ya aquí índices de espectacularización y se inscribe, en la parte final de estas infografías, el propio

dispositivo, en tanto tecnología, en algunos casos mediante grúas de acercamiento al presentador y siempre por la mostración del espacio escénico tras él en el que pululan las pantallas en las que apenas puede seguirse detalle visual alguno pero que construyen el entorno. Por supuesto, el meganarrador marcará también su presencia a lo largo del telediario con nexos infográficos, rótulos, etc. Lógicamente, en esta acumulación de materiales infográficos y movimientos de cámara, hay una puesta en escena del espectáculo tecnológico, una exhibición sin pudor de los medios y su puesta en primer plano jerárquico: algo que nos recuerda lo que acontecía en los orígenes del cine entendido como espectáculo de atracciones, aquí provisto por el montaje y por la visualización de los recursos.



Como puede observarse, cada cadena marca con su iconografía los dominantes plásticos (color fundamentalmente) y, sea uno o sean dos los presentadores, la mirada es casi siempre a la cámara, es decir, al espectador, lo que, como decíamos, construye el eje de acción básico (la única excepción se da cuando hay diálogo entre los presentadores). En consecuencia, la regla de los 180° del sistema representacional hegemónico, queda sin consistencia, ya que la mirada subjetiva del espectador es la que limita al otro extremo el contracampo de plena frontalidad que se ha generado y que nunca tendrá su contraplano.

El siguiente conjunto de narradores es ya de segundo nivel en todos los casos y aparece de muy diversas formas, con excepción del telediario *Express* de la segunda cadena, en la que lo hace mediante una voz *over*.



Como podemos observar, hay tres presencias explícitas de narradores de segundo orden: 1) los comentaristas / reporteros / corresponsales, cuya imagen explícita (e incluso rotulada para su identificación) aparece en pantalla en todos los casos con el micrófono en la mano; 2) los personajes entrevistados o que opinan, sean de la calle, políticos, representantes de instituciones, empresarios, etc., en cuyo plano, en muchas ocasiones, entra el micrófono y la mano de quien hace el reportaje; y 3) narradores de segundo orden que son responsables de espacios específicos dentro del telediario: deportes, tiempo, «a fondo», formando parte de este tipo de voces, en su caso, las de los co-presentadores, para quienes se establece una jerarquía que siempre mantiene en primer término al «conductor» principal.

Sin embargo, la aparición de estos «segundos espadas» difiere mucho entre unas cadenas y otras: a pantalla partida en *TeleCinco*, a pantalla completa en *Canal 9*, directamente en *TVE 1* o con presencia, que se mantiene en recuadro, en el resto. Pero lo realmente significativo es que los diálogos entre presentador principal y narradores secundarios no son planificados, como sería esperable, en plano-contraplano sino que ambos aparecen frontalmente, con lo que se mantiene la idea del contracampo espectral con refuerzo del eje de acción constituido. Son escasos los momentos en que se establece diálogo directo con ocularización en apariencia omnisciente; decimos «en apariencia», porque este tipo de tomas hay que identificarlas como nuevas inscripciones o marcas del aparato enunciador externo (del meganarrador) que muestran y reivindican una vez más, a modo de recordatorio, la presencia tecnológica del dispositivo. Es evidencia de ello el fotograma de *Canal 9* en que los presentadores miran hacia la reportera acompañados de un movimiento de grúa que se cierra precisamente con el plano frontal de ésta iniciando su relato.

Lógicamente, las narraciones de segundo orden introducen a su vez comentarios y breves reportajes visuales que se engarzan totalmente en el esquema de ocularización interna que desde un principio hemos defendido, ya que la presencia de la mano con el micro en primer término se convierte en una extensión de la propia mirada del espectador, aunque simulan un trabajo de características documentales cuya puesta en escena es omnisciente. Pero aquí también hay excepciones y, en el último de los fotogramas de *TVE 1*, podemos ver cómo la reportera está también en campo como si formara parte del relato.

#### 4. CONCLUSIONES

Aunque este trabajo puede extenderse —y así pensamos hacerlo— creemos que es importante constatar el *fuera de campo homogéneo* como una especificidad del texto audiovisual televisivo, y más específicamente en el caso de los telediarios. Al tiempo, la complejidad de narradores del sistema representacional fílmico, se ve muy delimitada en los telediarios, si bien el ente enunciador es sensiblemente más complejo, ya que la cadena no puede quedar al margen del producto. Así pues, las voces narradoras irán desde la del presentador-conductor, en tanto narrador de primer nivel, pero cuyo saber (focalización) no se corresponde con aquello que narra sino que le viene determinado desde otra entidad oculta, a la voz *over* sin identificación del comentarista, pasando por los narradores de segundo nivel heterodiegéticos (los comentaristas-reporteros) y los homodiegéticos (aquellos personajes del mundo real que cuentan sus experiencias o son entrevistados, en su caso, sobre asuntos propios).

A partir de aquí, es nuestra intención iniciar un trabajo de reflexión sobre las estructuras narrativas y los contenidos de cada uno de los telediarios par determinar la relevancia de cada apartado y la veracidad o no de las noticias, así como la espectacularización que en su visualización se lleva a cabo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bettetini, Gianfranco (1996): *La conversación audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- Casetti, Francesco y Di Chio, Federico (1999): *Análisis de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Gardies, André (1993): *L'espace au cinéma*. Paris: Meridiens Klincksieck.
- Gómez Tarín, Francisco Javier (2007): «Retórica visual e identificación en la publicidad dinámica. Aproximación al uso de la elipsis y el fuera de campo», en Ríos, Félix J. (Coord.): *Interculturalidad, insularidad, globalización. Actas del XI Congreso Internacional de la Asociación Española de Semiótica*. La Laguna: Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna: 291-304.
- (2009): «Quién narra en un film? Herencias teóricas, jerarquías e hibridaciones varias», en *Actas del VI Sopcom / IV Congreso Iberico de Comunicación*. Lisboa: Universidade Lusofona: 3487-3504)
- Imbert, Gérard, (2008): *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.
- Metz, Christian (1991): *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*. Paris: Klincksieck.
- Palao Errando, José Antonio (2000): «La Pantalla Electrónica y el Imaginario Informativo», *Eutopías*, 231/233, Valencia: Episteme.
- Ramonet, Ignacio (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.
- Véron, Eliséo (1983): «Il est là, je le vois, il me parle», en *Communications*, 38: Enonciation et cinéma. Paris: Éditions du Seuil.