

ESTRATEGIAS NARRATIVAS EN LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL: LAS FORMAS Y LOS CONTENIDOS DE LOS TELEDIARIOS¹

Francisco Javier GÓMEZ TARÍN
Universitat Jaume I. Castellón.
e-mail: fgomez@com.uji.es

1. INTRODUCCIÓN.

La creciente espectacularización del medio televisivo, en lo referente a programas de actualidad, ha puesto en evidencia que los contenidos ya no reflejan una voluntad informativa sino que son fruto del interés por la consecución de las audiencias. Este problema, que ha derivado en la mediocridad generalizada, resulta mucho más grave y complejo cuando nos situamos frente a unos espacios que teóricamente deben responder a voluntades informativas: los telediarios. La idea inicial de un medio con capacidad y voluntad para informar – entretener – educar se ha quebrado por completo en beneficio del *infotainment*.

El propósito 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 en primer lugar sobre las estrategias narrativas y la construcción de sentido a partir de dos mecanismos esenciales, el punto de vista y la enunciación, para pasar acto seguido a ocuparnos de las estructuras y los contenidos.

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*

¹ 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.

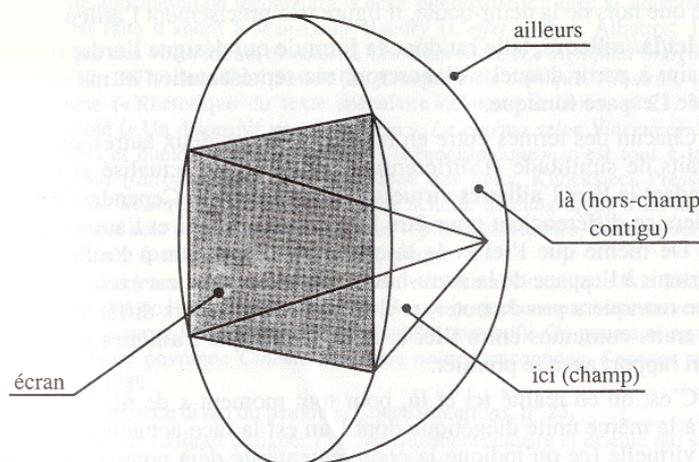
Valenciana; otro tanto hicimos con los de la noche de *Tele 5*, *TVE 1* y *TVE 2 Express*. Hemos obtenido, pues, los textos esenciales de las cadenas públicas nacionales y de la Comunidad Valenciana, así como de las cadenas privadas con cobertura nacional, a excepción de *La Sexta* (por impedimentos 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. Con todos estos materiales se ha procedido a confeccionar un completo *découpage* y, a partir de él, una tablas relacionales que han servido de base para el presente texto y que, por razón de espacio, es imposible incluir aquí.

2. LA TELEVISIÓN Y SU ESPECTADOR.

2.1. La pirámide visual.

La televisión es el principal modo cultural que tenemos para conocernos a nosotros mismos. Por lo tanto -y éste es el punto realmente crítico- la manera en que la televisión escenifica el mundo se convierte en el modelo de cómo se ha de organizar adecuadamente el mundo (Postman, 1991: 96)

Aunque se refiere al cine –y no podemos olvidar que la base de toda producción audiovisual está en él, de la misma forma que éste tiene sus precedentes en la fotografía, la pintura y el teatro–, 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 siguiente diagrama sobre las semiesferas diegética y espectral (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 espectral, 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 Bürch. 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), el polo emisor aparece como hacedor supremo y abre el canal comunicativo para dirigir a su audiencia mensajes de carácter fálico 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 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 sobre ese algo*). Tal como indica Ramonet (1998: 90): “El telediario dice la noticia y, al mismo tiempo, nos dice lo que hay que pensar de esa noticia”.

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 “corrimiento” 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; 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 algunas ocasiones– sino como connivencia: *tú que estás ahí, conmigo = tú 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 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.

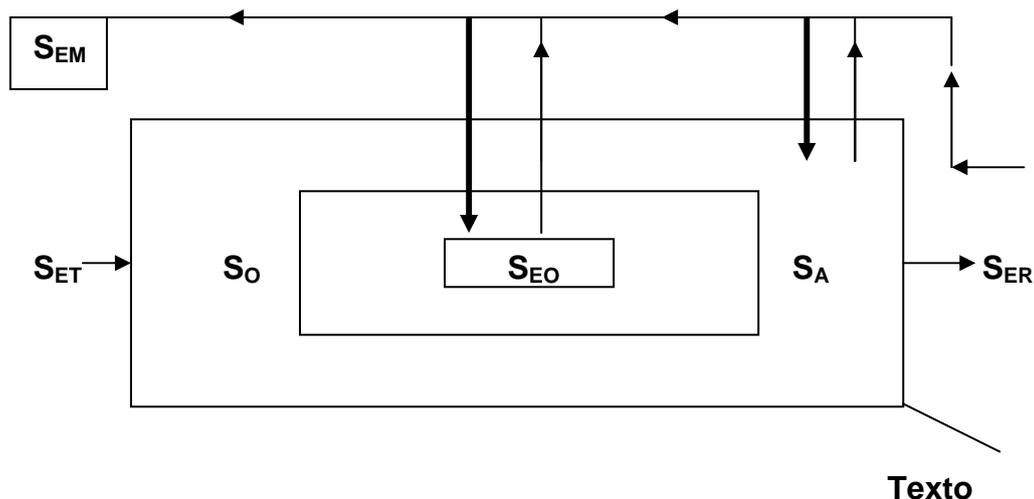
El elemento común a las diferentes modalidades de *mise en abîme* es que el dispositivo de enunciación del telediario consigue “introducir ese cuerpo enunciativo que nos narra las informaciones en relación con la realidad, relación similar a la que mi cuerpo mantiene con el formato de tal discurso”: 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)².

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 enunciadoreal), 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): “Veo en el film tres niveles discursivos: 1) el nivel realmente primero, que es siempre impersonal, la enunciación; 2) el segundo nivel, eventual, que corresponde al

² La traducción es nuestra.

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 enunciadores con un reflejo paralelo en los sujetos receptores. Esta trama, llegados a este punto, puede ser formulada con el siguiente gráfico:



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)

En un telediario, esta serie de enunciadores 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 enunciador, 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 verse desdoblado ya que, tal como se plantea, resulta insuficiente; además, hay que considerar también los relatos de los personajes entrevistados); **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 enunciadore (también aquí es obligada una ampliación); **Ser**, el sujeto receptor empírico es, como se indica en la cita, el espectador, el destinatario; y **Sem**, el sujeto enunciadore-modelo, es la imagen o concepción que el espectador se hace para sí mismo del ente enunciadore 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, 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. Y, por si este entramado no fuera de por sí suficientemente enrevesado, siempre debemos mantener en perspectiva que hoy en día “la televisión ha alcanzado el status de ‘metamedio’, es decir el de instrumento que dirige no sólo nuestros conocimientos del mundo, sino también nuestra percepción de las *maneras de conocer*” (Postman, 1991: 83)

2.3. Los narradores en los telediarios.

La parte determinante de la información, es decir, esa *información sobre la información* que permite decidir qué es importante, qué merece ser transmitido, procede en gran parte de otros informadores. Lo que conduce a una especie de nivelación, de homogeneización de las jerarquías y de su importancia (Bourdieu, 1997: 35)

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 limita a él en exclusividad sino teniéndolo como base implícita. Así (Gómez Tarín, 2009):

Meganarrador (siempre presente):

- *Oculto* → transparencia enunciativa. Presumiblemente, focalización y ocularización omniscientes.
- *Manifiesto*:
 - *Procesos significantes* → el meganarrador quiebra la transparencia mediante marcas en el uso de diversos recursos expresivos.
 - *Instancia narradora*:
 - *Rótulos* → el meganarrador quiebra la transparencia. Presumiblemente, focalización y ocularización omniscientes.
 - *Voces (enunciación delegada)*:
 - *Over* (narrador no personaje). Presumiblemente, focalización y ocularización omniscientes.
 - *Off* (narrador personaje) → el meganarrador se manifiesta como autor y quiebra la transparencia. Presumiblemente, focalización interna (gradual, hasta el relato autodiegético) y ocularización omnisciente.
 - *Narradores* (siempre serán *enunciaciones delegadas*):
 - *De primer nivel* (relato marco): presumiblemente, focalización interna, ocularización omnisciente o interna, narratorio - 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, narratorio – 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 de 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)

3. FORMALIZACIÓN.

Estamos, pues, en condiciones de comprobar la veracidad de los aspectos anteriormente planteados y establecer las diferencias que se

producen 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.

ANTENA 3	CANAL 9	CUATRO	TELE 5	TVE 1 CV	TVE 1
					
					

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 siempre a la cámara, es decir, al espectador, lo que, como decíamos, construye el eje de acción básico. En consecuencia, la regla de los 180º 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.

No obstante, en casi todas las cadenas se introducen planos de transición entre secciones que pueden ser infografías o bien movimientos de cámara que posicionan a los intervinientes en el seno del dispositivo tecnológico, lo que hace permanecer el estatus del meganarrador como marca

explícita de un carácter mucho más radical que las rotulaciones sobreimpresas y quiebra momentáneamente la relación de mirada establecida entre espectador y presentador. De alguna forma, la insistencia en el aparato tecnológico, recuerda al espectador que todas las narraciones son enunciaciones delegadas y que su propia mirada está “dirigida”, pese a que esta no sea su intención: se prima el “aparato” sobre “la verosimilitud”. Esto es mucho más evidente cuando lo que se inscribe entre secciones es un corte publicitario (manifestación extrema del ente enunciador).

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: voz *over*. Esta cuestión de la utilización de voces *over* que no tienen identificación visual explícita no deja de tener un interés muy especial que en otra ocasión abordaremos.



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 *Tele5*, 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 espectacular con refuerzo del eje construido desde el primer momento. 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 simula 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. ESTRUCTURA.

El esquema que reproducen una y otra vez los telediarios no tiene grandes variaciones entre cadenas: tras la infografía de arranque y la aparición del presentador, hay un rápido índice de los aspectos supuestamente más importantes del día y, acto seguido, comienza el relato de las noticias propiamente dicho. El presentador sirve de nexo y va dando entrada, bien a los textos audiovisuales con voces *over* (en ocasiones la misma del presentador, en este supuesto voz *off*) o bien a los diferentes reporteros que, a su vez,

introducen sus propios comentarios y subtextos, como ya antes hemos referido. La duración de estos índices oscila entre el 2% y el 6% del tiempo total del telediario (menos en las privadas, más en las públicas), siendo este, en los casos tratados (no incluimos el formato *Express* de la 2 porque tiene una duración de unos 6 minutos en su conjunto y no obedece a los rasgos típicos ni cuenta con presentadores, salvo por la voz over):

ANTENA 3	CANAL 9	CUATRO	TELE 5	TVE 1	TVE CV
48 min.	76 min.	60 min.	45 min.	48 min.	20 min.
MEDIODIA	MEDIODIA	MEDIODIA	NOCHE	NOCHE	MEDIODIA

En líneas generales, podemos establecer que las secciones que se enmarcan en el seno de los telediarios obedecen a etiquetas del tipo: actualidad nacional, extranjero, sociedad, cultura, sucesos, deportes, meteorología y miscelánea. Otra cuestión es dilucidar hasta qué punto estos elementos son estructurados y dispuestos en un cierto orden, salvo en los casos muy concretos de la meteorología y los deportes que, habitualmente, cuentan con secciones propias e incluso patrocinadas.

Una tabla con porcentajes (aproximados) resultará muy clarificadora:

Elemento	ANTENA 3	CANAL 9	CUATRO	TELE 5	TVE 1	TVE 1 CV
Duración	48 min.	76 min.	60 min.	45 min.	48 min.	20 min.
Actualidad	17,2	6,6	12,2	17,8	43,0	39,5
Sociedad	8,3	2,6	3,3	2,8	5,7	0
Extranjero	4,2	2,4	9,8	7,1	8,3	0
Miscelánea	3,6	14,5	5,0	6,0	7,9	5,3
Publicidad	2,6	0,7	0,4	0	1,0	0
Sucesos	11,5	4,7	0,8	33,7	7,1	2,5
Autopromoción	4,7	0	0	5,0	0	0
Varios	14,1	15,6	0	0	2,1	0
Deportes	17,7	15,1	60,3	5,5	13,5	26,5
Cultura	9,9	0	0,8	14,4	6,8	0
Festejos (fallas)	0	17,8	0	0	0	16,2
Meteorología	0	3,9	0,8	1,0	0	5,0
Otros (índices...)	6,2	16,1	6,6	2,2	4,6	5,0
<i>Suma</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
Separadores	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Linealidad	NO	NO	SI	NO	SI	SI

Ni que decir tiene que no se trata de una elaboración milimétrica, toda vez que los diferentes bloques se cruzan en muchos casos con poca coherencia y lo que para unas cadenas puede ser considerado un concepto, no lo es para otras. Ejemplo evidente es el caso de los deportes, que se integran en el telediario de *Cuatro* y sin embargo, pueden ser considerados un

programa completo (de hecho, supera el 50% del tiempo); otro tanto ocurre con la meteorología, que en algunos casos forma parte del telediario y en otros está fuera de él (de ahí que algunos porcentajes no sean asignados), y con los índices e introducciones, nexos, etc, que hemos agrupado en un genérico de “otros” para ajustar debidamente los totales. Excepcionalmente, debido a las fechas, las programaciones locales reflejan un fuerte porcentaje de tiempo dedicado a las Fallas de Valencia.

Con todo, y relativizando un estudio que solamente busca una aproximación, resulta muy evidente que la actualidad es un bloque importante en las cadenas públicas a nivel nacional, en tanto no lo es para las autonómicas y privadas, que parecen optar por materiales de mayor calado morboso, como los sucesos, o intrascendente, como la miscelánea repleta de anécdotas que poco tienen que ver con la información puntual de lo acontecido en el día. En lo que todas coinciden es en el bloque deportivo, salvo *Tele 5*, que ha apostado por otros derroteros –no necesariamente de mayor calidad– hasta fecha muy reciente.

No queremos abandonar este epígrafe, dedicado a las estructuras, sin antes constatar la diferencia importante que existe entre unas cadenas y otras en lo que se refiere a la linealidad, es decir, a la relación de unas cuestiones con otras de cara a dotarlas de un cierto orden relativo, lo que permite que el telediario, como programa, avance con fluidez y parezca tener una coherencia global. En este sentido, las cadenas públicas y *Cuatro* se destacan abiertamente ya que hay en ellas un serio intento de ensamblar unas noticias con otras atendiendo a cuestiones relacionales, engarzando comentarios e incluso, en el caso de *TVE 1*, valorando y reflexionando (mención aparte merece el caso de *Cuatro*, con los editoriales de Iñaki Gabilondo).

Por lo que respecta al resto, no solamente hay un desorden manifiesto en el flujo informativo, que no se atiene ni siquiera a los índices prefijados (llama la atención la inclusión en los índices de materiales poco relevantes), sino que llega a ser absolutamente caótico en el caso de *Canal 9*, donde se hace indistinguible prácticamente el índice del avance y de la noticia, toda vez que desarrolla parcialmente, abandona y recoge más tarde los temas sin una introducción adecuada, intentando, en muchos casos, someter al espectador a

la tensión de un “extraño suspense” sobre lo anunciado que no llega y que, hay que decirlo, muchas veces no será satisfecho.

5. CONTENIDOS.

Pero si las estructuras ya resultan en muchos casos caóticas, el problema de la coherencia se acrecienta cuando nos enfrentamos a los contenidos. El siguiente cuadro refleja –siempre con la salvaguarda de la aproximación y no del dato milimétrico– qué tipo de noticias son destacadas en cada uno de los telediarios en el día con el que hemos trabajado, el tiempo que se les ha dedicado y en qué orden aparecen (entre paréntesis):

Noticia	ANTENA 3	CANAL 9	CUATRO	TELE 5	TVE 1	TVE 1 CV (sólo locales)
Etarras	25" (1)	33" (5)	-	1'02" (3)	1'51" (4)	-
De Juana Chaos	1'05" (2)	34" (4)	1'06" (4)	1'25" (4)	32" (5)	-
IRA	1'05" (3)	1'17" (3)	2'21" (3)	-	1'36" (8)	-
Garzón	1'49" (4)	1'49" (2)	-	57" (2)	1'20" (3)	-
Camps-Gürtel / Conf	1'12" (5)	2'30" (1)	1'27" (2)	1'35" (1)	2'07" (1)	2'23" (1)
Solbes	31" (6)	43" (6)	45" (5)	-	1'25" (7)	-
Bancos	1'18" (7)	-	48" (7)	27" (7)	-	-
Absentismo	24" (8)	-	-	-	-	-
Sebastián	25" (9)	43" (7)	-	-	-	-
Marta del Castillo	25" (10)	1'29" (8)	34" (8)	-	23" (9)	-
Com. investigación	-	-	2'20" (1)	-	2'(2)	-
Despidos Sagunto	-	-	26" (6)	1'23" (6)	-	-
Cumbre economía	-	-	-	33" (5)	-	-
Sentencia educación	-	-	-	-	1'58" (6)	-

Como puede observarse, todas las cadenas abordan el tema del terrorismo pero, mientras *Antena 3* sitúa la noticia en primer lugar, para el resto esa primera posición corresponde al caso *Gürtel*, si bien conviene matizar que el énfasis de *Canal 9* va directamente hacia la valoración positiva de Francisco Camps por el partido y su conferencia en Madrid, mientras que el resto desvelan entresijos de la trama corrupta. Trama, por cierto, inexistente para *Canal 9* que en ningún momento, ni ese día ni otro cualquiera, aporta información sobre las presuntas implicaciones de los mandatarios del PP. Este posicionamiento absolutamente tendencioso y manipulador, como es habitual, de *Canal 9* abocaría más tarde en la patética y esperpéntica noticia del acto de desagravio de Camps a las puertas del juzgado de Valencia, arropado por la cúpula de su gobierno, que haría preguntarse a cientos de espectadores a qué obedecía tal desagravio, puesto que no se había dicho nada previamente de

problema de corrupción alguno (es decir, según todas las apariencias, se desagravia en ausencia de agravio).

Extrapolando un poco más estos datos, podemos ver cómo el caso *Gürtell* ocupa las posiciones de salida en todas las cadenas, salvo en *Antena 3*, y que, en líneas generales, hay una cierta similitud de estratificación, sobre todo si pasamos a agrupar en bloques mayores y establecemos un promedio:

Noticia	ANTENA 3	CANAL 9	CUATRO	TELE 5	TVE 1	PROMEDIO
Camps-Gürtel / Conf	5	1	2	1	1	2
Justicia	4	2	-	2	3	3
Terrorismo	2	4	4	3	6	4
Trabajo	8	-	6	6	-	6
Economía	7	6	7	6	7	7

El problema, pues, no es tanto el orden que ocupan las noticias cuanto el posicionamiento sobre las mismas de que hace gala cada una de las cadenas orientando con fuerza la interpretación de los espectadores, ora camuflando la realidad (al no mencionarla), ora pervirtiéndola (al manipularla).

Como hemos visto más arriba, las estrategias retórico-discursivas construyen un espectador que forma parte del proceso espectacular, a cuya mirada se somete todo el sistema informativo con el afán de que haga propia la visión de mundo que le es ofrecida. Tanto el *mundo posible*, como el *mundo real*, como el *mundo proyectado*, confluyen en un solo objetivo: la asunción de la visión sobre la realidad como la realidad misma.

La televisión puede, paradójicamente, ocultar mostrando. Lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad. (Bourdieu, 1997: 24)

Sin embargo, hay un abismo entre el “así son las cosas y así se las hemos contado” y la inclusión de una pieza editorial en el telediario de la noche de *Cuatro*. Las intervenciones diarias de Iñaki Gabilondo posicionan el punto de vista enunciativo y permiten al espectador escapar del abrazo sistemático del NOSOTROS (cuya función es muy similar a la de la transparencia enunciativa en el discurso fílmico). Esto es así porque, fijada la posición, el presentador habla desde un determinado punto de vista que no es ocultado sino reivindicado, permitiendo de esta forma un mayor juicio crítico al espectador.

Pero esto es, lógicamente, una excepción que tiene su momento explícito en el telediario y que no se sigue en el resto del programa.

Antes de concluir, hay otros tres aspectos que conviene traer a colación: la publicidad y autopromociones en el seno de los telediarios, el peso de noticias deportivas o de sucesos, y la inclusión de informaciones anecdóticas en el seno de los telediarios.

Por lo que respecta a la publicidad, nexo y continuidad de la programación televisiva, ha sido habitual hasta hace muy poco tiempo que los telediarios permanecieran al margen de ella. Solamente aparecían algunas secciones patrocinadas (el tiempo, los deportes, etc.) y, en algunos casos, se incluían promociones (nueva programación de la cadena, algún programa relevante). Actualmente se ha quebrado esta línea de actuación y ya hay cortes específicos para publicidad (en *Cuatro*, por ejemplo, se produce uno de cinco minutos todas las noches), en tanto que las promociones se presentan abiertamente en las diferentes secciones como si fueran una noticia de calado (un partido de fútbol retransmitido por la cadena digital de pago por visión). Es cierto que estas cosas ya no nos sorprenden, pero no es menos cierto que poco a poco van degenerando la presentación de las informaciones, cada vez menos coherentes y cada vez más impactantes, sin reflexión alguna: la guerra, la muerte, la corrupción, los desastres, la crisis... todo forma parte de un espectáculo intrascendente del que nos sabemos partícipes pero al que otorgamos la categoría de *normal* y *cotidiano*. Hemos pasado a asumir nuestras vidas como parte de un *reality*.

En este sentido, no puede sorprendernos en modo alguno que algunas cadenas incluyan en sus telediarios noticias que previamente han aparecido en programas de sucesos, retroalimentándose mutuamente de la morbosidad generada. Esa mediocridad, asimismo, permite que un alto porcentaje de los telediarios esté dedicado a los deportes (aparentemente las informaciones que realmente preocupan a los espectadores). Sucesos y deportes se constituyen en las dos caras de una misma moneda que vende bien en diversos y variopintos programas, teniendo su reflejo en los telediarios como anclaje y, ¿por qué no decirlo?, como llamada al disfrute de su visión al margen del noticiario.

Si *Tele 5* se lleva la palma en la incorporación de los sucesos a sus noticias, un extraño fenómeno acontece con *Antena 3*, donde en cada telediario hay un apartado dedicado a lo que podríamos denominar “anécdotas”, probablemente haciendo uso de noticias de agencia ya preparadas y envasadas. Estos anecdotarios no se puede negar que descongestionan algo la sensación de pesimismo que se transmite con las noticias, siempre negativas, pero, por otro lado, son en muchas ocasiones totalmente injustificados y entran como con calzador en un programa que, se supone, debería ser mucho más serio y pegado a los acontecimiento de interés.

La memoria personal del consumidor tenía la posibilidad de interactuar con la memoria colectiva de la imaginaria, una posibilidad ofrecida por la estructura de un texto y por la ritualidad comunicativa que de ella se derivaba.

La nueva situación del consumo audiovisual, por el contrario, ha sustituido la noción de imaginaria por la de un puro y simple registro de acontecimientos, por una acumulación hipertrofiadamente progresiva de noticias y de datos, todos equivalentes, todos homogeneizados por la cantidad y por la inserción de un flujo temporal continuo e imparable. El cuerpo-saber del sujeto de la enunciación ha explotado, o mejor, ha asumido el aspecto informe de una transcripción universal, de un registro continuo de fenómenos y de acontecimientos, de una multiplicación especular. El saber-ser se reduce a una acumulación no racionalizable de datos; el saber-hacer, entonces, se transforma en un juego, a menudo perezoso y pasivo, con simulacros privados de sentido. (Bettetini, 1996: 59)

6. 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 el caso de 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).

Esta base discursiva, de carácter teórico si se quiere, nos ha permitido acercarnos críticamente a los productos audiovisuales, y más específicamente a los telediarios, para constatar que la estructura y coherencia interna de los programas de noticias se apoya en los propios mecanismos de espectacularización, dejando a un lado la veracidad de la noticia y asumiendo las imposiciones ideológicas de cada cadena. El hecho de que las noticias sean similares y se ordenen en una jerarquía más o menos repetitiva, no implica que su tratamiento lo sea, de ahí que nos encontremos con disparidades muy importantes entre unas cadenas y otras en tanto constructoras de la realidad y embaucadoras del espectador, incluido ya en el seno de su sistema representacional.

BIBLIOGRAFÍA.

- BETTETINI, GIANFRANCO, *La conversación audiovisual*, Madrid, Cátedra, 1996.
- BOURDIEU, PIERRE, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.
- CASETTI, FRANCESCO Y DI CHIO, FEDERICO, *Análisis de la televisión*, Barcelona, Paidós, 1999.
- GARDIES, ANDRE, *L'espace au cinéma*, Paris, Meridiens Klincksieck, 1993.
- GÓMEZ TARÍN, FRANCISCO JAVIER, "Quién narra en un film? Herencias teóricas, jerarquías e hibridaciones varias", en *Actas del VI Sopcom / IV Congreso Ibero de Comunicación*, Lisboa, Universidade Lusofona: 3487 – 3504, 2009.
- GÓMEZ TARÍN, FRANCISCO JAVIER, "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, 2007.
- IMBERT, GÉRARD, *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*, Madrid, Cátedra, 2008.
- METZ, CHRISTIAN, *L'énontiation impersonnelle ou le site du film*, Paris, Klincksieck, 1991.
- PALAO ERRANDO, JOSÉ ANTONIO, "La Pantalla Electrónica y el Imaginario Informativo", *Eutopías*, 231/233, Valencia, Episteme, 2000.
- POSTMAN, NEIL, *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del "show business"*, Badalona, Ediciones de la Tempestad, 1991.
- RAMONET, IGNACIO, *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Debate, 1998.
- VERON, ELISEO, "Il est là, je le vois, il me parle", en *Communications*, 38: *Enonciation et cinéma*, Paris, Éditions du Seuil, 1983.