



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesina

El Yin Yang de la TV

TELEFE COMO REFLEJO DE LA FUNCION EDUCATIVA DE LA EMPRESA
TELEVISIVA PRIVADA

Un enfoque de los matices en cuanto a los aportes y a las limitaciones de su accionar en el
campo socio-cultural

Realizado por: María Florencia Galiotti Banchemo

Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Erica Walter

Tutora de la tesina: Prof. Lic. María Florencia Naudy

Asesor metodológico: Prof. Lic. Leonardo Cozza

Asignatura: Tesina

Cátedra: Prof. Lic. Erica Walter y Prof. Lic. Leonardo Cozza

Buenos Aires, 23 de abril de 2009

florgaliotti@yahoo.com.ar

(15) 5927- 4665 / 4790-9227



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

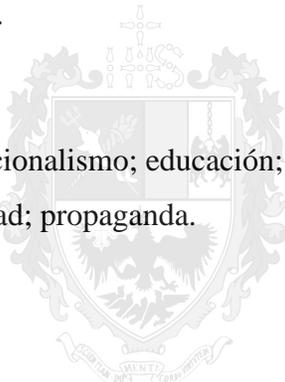
Licenciatura en Periodismo

Abstract:

Nuestra tesina se focaliza en un análisis del discurso del canal de aire privado *Telefe* que indaga sobre si en éste se refleja una función educativa de la empresa televisiva privada. El planteo se efectúa desde un enfoque que evalúa los matices de los aportes y las limitaciones en cuanto a sus alcances educativos y a la funcionalidad que brinda a la audiencia.

O sea, analizamos el accionar de la emisora en el campo socio-cultural, trazando una analogía entre su manejo y la teoría del Yin Yang, propia de la filosofía oriental, que reconoce que en toda realidad existente conviven tanto aspectos positivos como negativos, fuerzas luminosas (Yang), y oscuras (Yin).

Palabras claves: Periodismo; funcionalismo; educación; persuasión; manipulación; ética / deontología periodística; objetividad; propaganda.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

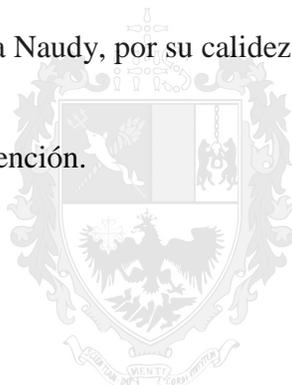
Agradecimientos:

A mi madre Rossana, por transmitirme el valor de impregnar de amor lo que uno hace y por su aliento y apoyo incondicional.

A mi padre Juan Carlos, un verdadero “artesano de la voluntad”, por ayudarme a comprender la importancia que tiene cerrar aquellos ciclos que ya son parte del pasado, para poder seguir avanzando “libres de equipaje”.

A mi tutora, la profesora Florencia Naudy, por su calidez, apoyo y guía.

A Martín, por su compañía y contención.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR



Índice general:

Introducción.....	6
Desarrollo.....	15
CAPITULO I: Teoría del Yin Yang	
Orígenes y fundamentos.....	15
Representaciones gráficas del Yin Yang.....	18
Paralelismo Yin Yang – TV.....	19
CAPITULO II: Historia de la televisión argentina	
Fundación y primera etapa de monopolio estatal.....	23
Surgimiento de las emisoras privadas.....	23
Hacia la estatización de los canales privados.....	26
Durante la dictadura militar (1976-1983).....	28
Regreso de la democracia. El radicalismo de Alfonsín.....	29
El menemismo.....	30
Del radicalismo de De la Rúa a la era kirchnerista.....	33
<i>Telee</i> . Historia.....	37
CAPITULO III: Cultura	
Niveles de cultura.....	41
Origen, evolución y características de la cultura de masas.....	42
Críticas a la cultura de masas.....	43
Desde un enfoque de los aspectos negativos (Yin).....	43
Desde un enfoque de los factores positivos (Yang).....	46
CAPITULO IV: Funciones y disfunciones de los medios de comunicación social	
Teoría del estructural funcionalismo.....	48
La función informativa.....	53
La función formativa/ educativa.....	53
La función orientadora.....	56
La función de entretenimiento / lúdica.....	56
Disfunciones de los medios de comunicación de masas.....	56
CAPITULO V: Ética de la información	
Deontología periodística.....	58
Códigos de ética periodística.....	59
CAPITULO VI: Periodismo (hacer saber).....	
La noticia.....	65
Valoración de la noticia.....	67
Discurso, verdad, realidad y objetividad.....	68
Noticia y conocimiento.....	69



CAPITULO VII: Operaciones de persuasión y manipulación.....	70
Persuasión. Las estrategias persuasivas.....	71
Propaganda e información.....	73
Manipulación. Semántica del término. Usos y aplicaciones.....	76
CAPITULO VIII: Géneros periodísticos.....	79
CAPITULO IX: Periodismo de investigación	
Características, objeto y fuentes de la investigación periodística.....	81
Distorsiones del concepto de periodismo de investigación.....	85
CAPITULO X: Discurso y lenguaje televisivo.....	87
La televisión. Definición y características específicas.....	88
La empresa televisiva: el modelo comercial de programación.....	92
La programación televisiva.....	93
CAPITULO XI: Géneros televisivos	
Géneros periodísticos televisivos.....	95
CAPITULO XII: Análisis de contenido.....	105
Tipos de análisis de contenido.....	106
Aplicaciones del análisis de contenido.....	109
Etapas del análisis de contenido.....	110
CAPITULO XIII: Análisis de casos. Trabajo de campo.....	112
Análisis del programa <i>La Liga</i>	113
Análisis del programa <i>Diario de medianoche</i>	151
CONCLUSION.....	176
BIBLIOGRAFIA.....	194



Índice de tablas, gráficos e ilustraciones:

<u>Figura 1:</u> Tradicional símbolo del Yin Yang “diagrama del Taiji”	18
<u>Figura 2:</u> Símbolo de los Ocho Trigramas, Bāguā o Pa Kua	18
<u>Figura 3:</u> Isologotipo <i>Telefe</i>	38
<u>Figura 4:</u> Eslogan y gráfica de <i>Telefe. Juntos</i> ”	39
<u>Figura 5:</u> Eslogan lanzado en 2006 “ <i>Buena tele, buena fe</i> ”.....	40
<u>Figura 6:</u> Gráfica con eslogan “ <i>Una buena señal</i> ” I.....	40
<u>Figura 7:</u> Gráfica con eslogan “ <i>Una buena señal</i> ” II.....	40
<u>Figura 8:</u> <i>Telefe</i> . 18 años consecutivos de liderazgo.....	40
<u>Figura 9:</u> Equipo de <i>La Liga</i> (falta Diego Alonso, quien se reincorporó al ciclo posteriormente a la realización de las gráficas de presentación del programa).....	113
<u>Figura 10:</u> Equipo de <i>La Liga</i> . <i>reflejando la imagen sencilla</i> con la que se presentan ante los entrevistados (también falta Diego Alonso).....	115
<u>Figura 11:</u> Logo <i>La Liga</i> (versión cielo despejado).....	125
<u>Figura 12:</u> Ing. Agr. Luis Llano Imas, presidente del Servicio Nacional de Sanidad Vegetal (SENAVE) de Paraguay.....	146



Introducción:

Tema:

El Yin Yang de la TV.

Telefe como reflejo de la función educativa de la empresa televisiva privada.

Un enfoque de los matices en cuanto a los aportes y a las limitaciones de su accionar en el campo socio-cultural

Objetivos:

A través del desarrollo de la investigación se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

- Comparar los aspectos positivos y negativos del accionar de *Telefe*, a través del análisis de los aportes y limitaciones en cuanto a sus alcances educativos y a la funcionalidad que brinda en el campo socio-cultural.
- Aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera para el abordaje del análisis del discurso, la obtención de respuestas a los cuestionamientos planteados y la comprobación de la hipótesis.
- Indagar sobre cuáles son, concretamente, los aportes educativos de *Telefe* en los programas elegidos para el análisis.
- Analizar la funcionalidad de dichos contenidos sobre el conjunto de la sociedad, con especial énfasis en las repercusiones reales a nivel de las instituciones.
- Detectar qué mensajes denotan y cuáles connotan cada una de las producciones que forman parte del estudio.
- Identificar cuáles son los objetivos (manifiestos y encubiertos) de los discursos presentados.
- Analizar en qué aspectos se manifiesta la falta de ética en el quehacer periodístico.
- Indagar cuál es el grado de persuasión y manipulación ideológica en el que incurre el canal a través de los programas analizados.



Nuestra investigación surge de la percepción de un concepto emergente en cuanto a la forma de hacer TV de la empresa televisiva privada: el canal de televisión de aire *Telefe*, en su programación nocturna, fundamentalmente a través del ciclo paradigmático *La Liga* ofrece contenidos periodísticos que brindan multiplicidad de aportes y reivindican la función de la televisión como herramienta de valor educativo en el campo socio-cultural. Se destaca por aportar mensajes de calidad y valor a la cultura de masas, dentro de la cual se da la producción televisiva.

Partimos de la base de considerar que, dado que la televisión, como medio de comunicación social, es una herramienta poderosa, la acción del discurso periodístico tiene un valor determinante sobre la opinión pública y la cultura.

Una cultura, según el filósofo francés Edgar Morin, constituye un “*cuerpo complejo de normas, mitos o imágenes y símbolos que penetran en la intimidad del individuo, estructuran sus instintos y orientan sus emociones*”.¹ Morin considera a la cultura de masas como aquella “*producida según normas masivas de fabricación industrial, dirigida a una masa social, extendida por técnicas de difusión masivas y con fin comercial*”.²

Debido al poder del medio televisivo, creemos que, por un lado, merece ser distinguida una parte del accionar de *Telefe*, la fase luminosa, que abarca funciones y aportes de valor a la sociedad.

Es a partir de dichos conceptos donde gana protagonismo la política de programación de *Telefe*. Dicha emisora se destaca por sobre los demás canales de aire privados por arriesgarse a dar un salto cualitativo en cuanto al tipo de mensajes ofrecidos a la audiencia. Brinda un aporte que combina las funciones de educar y formar, al mismo tiempo que sus contenidos resultan interesantes y atractivos.

A su vez, debilita el concepto de televisión “basura”, carente de contenido sustancial, que marea al espectador, lo “divierte”, lo dispersa de su eje y no le deja más que una mera fascinación “hipnótica”, un vacío mundo de fantasías.

¹ Edgar Morin, *El espíritu del tiempo*, Madrid, Taurus, 1976, p.12.

² *Ibidem*, p.12.



En contraposición a la profusión de la llamada televisión “descartable”, aquí nos encontramos con *La Liga*, un programa paradigmático, ejemplificador de dicho modelo, que logra entretener a la audiencia, sin llevarla a la distracción. “Siembra” una semilla en el espectador. Brinda al público elementos para aumentar su comprensión sobre la realidad y rever o clarificar aquello que ya conocían y aproximarse e interesarse por temas que al haber pasado por sus ojos y haber sido captados por sus oídos, les despiertan la curiosidad de “ir por más”.

Pero, al agudizar la observación, descubrimos una situación ambivalente, que nos lleva a trazar un paralelismo con la teoría del Yin Yang, propia de la filosofía oriental, representada por el tradicional símbolo Taijitu, que describe las dos fuerzas fundamentales Yin (oscuridad) y Yang (luz), aparentemente opuestas y complementarias que se encuentran en todas las cosas. Este concepto reconoce la condición de que en todo lo existente conviven aspectos positivos y negativos.

Telefe no escapa a esta ley de la naturaleza. Aquí nos preguntamos para qué lado se inclina la balanza en cuanto al legado que se le brinda al conjunto de la sociedad, entre lo que puede considerarse “lo positivo / fase luminosa” (un accionar recto y fructífero) y aquello que entra en la esfera de “lo negativo/ fase oscura” (un manejo que, por momentos, cae en la falta de ética y en un accionar que utiliza el lenguaje para aplicar un discurso persuasivo y hasta manipulador).

Así, entra en tela de juicio el tema de la práctica de la ética en los medios de comunicación. Tal como expresa Patricia Cruz, citando el ensayo que forma parte de la colección derechos políticos, publicada por la Academia Mexicana de Derechos Humanos, las premisas éticas o aspectos en los que se pueden identificar faltas de ética en el quehacer periodístico son:

Omitir información; presentar la información acompañada de adjetivos calificativos; hacer énfasis en un aspecto de la información; diferencias en los tiempos asignados para dar información sobre los actores; uso de los planos televisivos para ensalzar o demeritar la imagen de algunos actores; no dar antecedentes suficientes para entender



la noticia; utilizar el medio de comunicación como tribuna para defensa o autopromoción; inducción en las preguntas durante las entrevistas.³

Tal como indica el periodista Richard Rodríguez Revollar, “Maxwell McCombs sintetiza las funciones de la comunicación social y del discurso periodístico en tres aspectos: “vigilancia (de los peligros y amenazas al mundo), consenso (organización y producción de respuestas de la sociedad a los problemas identificados con la vigilancia), y transmisión de la herencia social (de una a otra generación)”.⁴

Por un lado, a través de los contenidos que transmite, *Telefe* se eleva como defensora de la igualdad y la justicia; contribuye como agente generador de una elevación en la calidad del mensaje televisivo (rasgo de vital importancia en el proceso de culturización de la sociedad).

Por medio de sus mensajes se produce un proceso de aprendizaje en algunos casos, o de re-aprendizaje en otros, ya que brinda una cantidad notable de conocimientos de alto valor en el campo socio-cultural.

Pero, por otro lado, pese a los reconocidos aportes ya nombrados –no menores-, observamos un accionar propagandístico oficialista por parte de la emisora, que se ve como una sutil omisión de ciertas cuestiones y una apología y resaltamiento de otras. O sea, percibimos que la presentación de los hechos aparece en la mayoría de las oportunidades impregnada con el “espíritu K” y sus valores.

Aquí es donde nos corresponde indagar sobre los niveles de transparencia, objetividad y la delgada línea que separa la caída en un claro accionar persuasivo y manipulatorio.

Cabe reiterar que el objeto de estudio que se abarca, *Telefe*, es un canal de propiedad privada. La empresa televisiva privada, por su carácter mercantilista, se maneja siguiendo la ley de la oferta y la demanda. Necesita atraer a su público “como sea”, para lograr mayor

³ Patricia Cruz, “La práctica de la ética en los medios de comunicación”, *Sala de prensa, web para profesionales de la comunicación iberoamericanos*, año II, Vol. 2, febrero, 1999 Disponible en Internet en: <http://www.saladeprensa.org/art18.htm>. Consultado el 11 de agosto de 2008.

⁴ Paulina Leyva Muñoz, “Hay que reinventar el concepto de noticia. Entrevista a Maxwell McCombs” en Richard Rodríguez Revollar, “Repasando las funciones elementales del periodismo”, *Sala de prensa, web para profesionales de la comunicación iberoamericanos*, n° 106, año X, Vol. 4, agosto, 2008. Disponible en Internet en: <http://www.saladeprensa.org>. Consultado el 5 de agosto de 2008.



rating, captar anunciantes y éxito. Condición inherente a sus necesidades propias de lucro, competitividad y continuidad.

La Liga es un programa de investigación periodística que trata temas de interés social. A través de sus heterogéneos informes, enfoca distintos aspectos de la realidad. Plantea problemáticas y defiende determinadas posiciones por medio de la presentación de testimonios, en muchos casos, portadores de una alta dosis de dramatismo.

Si bien el ciclo cumple funciones de vigilancia y da al espectador elementos para lograr conocer aspectos de su realidad circundante, en cada informe, el equipo de producción aplica una combinación de recursos que refuerzan la comprobación de los conceptos presentados y traspasan el límite de la ética y la objetividad informativa.

Esto se ve por ejemplo en que, amparados por el afán de mostrarse como “La Liga justiciera”, la “voz de quienes no tienen voz”, hacen énfasis en sólo alguno de los aspectos de la información y omiten otros; incluyen gráficos para reforzar sus conceptos; inducen determinados tipo de preguntas y utilizan un tono ácido e irónico.

Diario de medianoche es el noticiero que cierra la programación diaria del canal. Brinda un resumen de los acontecimientos más relevantes del día. Observamos una priorización de las noticias positivas en relación al gobierno y una atenuación, (dentro de lo posible por su condición de “programa informativo”), en la presentación de sus aspectos negativos.

Hipótesis:

1- El canal de televisión de aire privado *Telefe*, a partir de los programas *La Liga* y *Diario de medianoche* presenta producciones que cumplen un rol positivo para la sociedad de masas, reivindicando la función educativa del medio y sembrando la semilla del progreso (YANG).

2- Detrás de la serie de atributos, realmente dignos de admiración, se encubre un trasfondo propagandístico de las políticas e ideología del oficialismo, representado por el justicialismo kirchnerista (YIN).



El proceso de realización de la tesina incluye dos fases: En primer lugar, elaboramos el marco teórico, a lo largo de doce capítulos. En una segunda etapa, efectuamos el trabajo de campo.

Entre la teoría que presentamos, describimos las funciones y disfunciones de los medios de comunicación social. Exhibimos el enfoque del estructural funcionalismo, que parte del concepto de que los medios, las comunicaciones de masas son sub-sistemas que operan dentro de un sistema externo específico, el social.

El profesor emérito de la Universidad de Boston, Melvin De Fleur, describe la importancia del funcionamiento del sistema de los medios respecto de los demás sistemas sociales, al explicar que: “... *las comunicaciones de masas de hoy en día son una parte central de nuestra estructura institucional. Es decir que, al tiempo que son industrias de pleno derecho, han penetrado hondamente en cada una de las cinco instituciones sociales básicas de nuestra sociedad*”⁵

A su vez, el autor especifica que dichas comunicaciones constituyen un elemento fundamental de las instituciones económica, política, familiar y religiosa. Según indica, su figura actúa de manera determinante en la política (...), su presencia en las vistas judiciales y el hecho de centrarse en el gobierno cuando emiten las noticias. Además, “*hasta cierto punto son parte de nuestra institución educativa*”.⁶

Richard Rodríguez Revollar enumera las funciones específicas fundamentales del periodismo en: informar, educar, orientar y fiscalizar la administración pública y entretener.⁷

En el capítulo dedicado al tema de la ética de la información, describimos los conceptos propios de la deontología periodística y presentaremos una síntesis con los puntos fundamentales de diversos códigos en relación a la temática de nuestra investigación.

El periodista e investigador chileno, Juan Jorge Faundes, formula una normativa que sintetiza en pocos principios la esencia fundamental de la ética de los periodistas: Informar veraz, exacta, amplia y oportunamente; investigar e interpretar y opinar desde el interés

⁵ Melvin De Fleur y Sandra Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas. Nueva edición revisada y ampliada*, Barcelona, Paidós, 1993², p.168.

⁶ Ibidem, p.168.

⁷ Richard Rodríguez Revollar, Op.Cit., Disponible en Internet en: <http://www.saladeprensa.org>. Consultado el 5 de agosto de 2008.



público (del Pueblo, de la Sociedad Civil, de los Ciudadanos, del Bien Común de la sociedad) y difundir, exigir y defender de manera proactiva los derechos y deberes personales y colectivos.⁸

Respecto de las operaciones de persuasión (hacer creer) y manipulación (hacer hacer), el profesor Daniel Alberto Sinópoli, especialista en teoría de la comunicación, opinión pública y ética, ex Director de nuestra carrera, destaca que “*el poder asignado al periodismo es, en rigor, el poder de llegar a las conciencias de la población y manejarlas, la capacidad de convencer y motivar el acuerdo o el desacuerdo*”.⁹

Por su parte, el catedrático Niceto Blázquez, indica que la profesión informativa tiende a convertirse en un asunto exclusivamente empresarial y mercantil, donde el ideal de verdad cede la primacía al lucro y al influjo social como forma de poder. Observa un giro ético consistente en la alianza progresiva entre los medios y las estructuras del poder económico, político e ideológico.¹⁰

Metodología:

Para nuestro estudio aplicamos un análisis de contenido de tipo descriptivo, semántico, vertical/ intensivo, cuanti-cualitativo (frecuencial y no frecuencial), sin base gramatical, del discurso del canal de televisión de aire privado *Telefe*, tomando como soporte su grilla nocturna, específicamente los periodísticos *La Liga (programa de investigación)* y *Diario de medianoche* (noticiero).

Marco de referencia:

El contexto geográfico y temporal de nuestra investigación abarca la República Argentina entre mayo de 2008 y febrero de 2009, en momentos en que el poder político está en manos del Partido Justicialista (PJ) y la presidencia, ocupada por la Sra. Cristina Fernández de Kirchner.

⁸ Juan Jorge Faundes, “El rol de los periodistas y su marco ético”, en *Sala de Prensa, web para profesionales de la comunicación iberoamericanos*, Nro. 88, año VII, Vol. 3, febrero de 2006. Disponible en Internet en: <http://www.saladeprensa.org/art656.htm>. Consultado el 29 de agosto de 2008.

⁹ Daniel Alberto Sinópoli, *Opinión pública y consumos culturales. Reconocimiento de las estrategias persuasivas*, Buenos Aires, Docencia, 1997, p.25.

¹⁰ Niceto Blázquez, *Ética y medios de comunicación*, Madrid, Biblioteca de autores cristianos, 1994, p.8.



La **cobertura** incluye un seguimiento efectuado de manera aleatoria a lo largo de las fechas mencionadas. Se procesaron y analizaron tres emisiones de cada uno de los dos programas elegidos.

Para organizar el análisis, en primer lugar, aplicamos a ambos programas la siguiente serie de categorías de tipo cualitativo:

1) Estructura general del programa (Incluyendo nombre; día y horario de emisión; ficha técnica: staff; tipo de género periodístico; características generales del programa; personalidad de los periodistas).

2) Análisis del mensaje/ discurso propiamente dicho (incluyendo: objetivo del programa; técnicas de presentación empleadas; temas tratados / voces (fuentes) que intervienen, incluyendo mensajes/ significados denotativos y connotativos; niveles de ética de la información (detección de estrategias persuasivas); valores que transmite / toma de posición; funciones que cumple; participación y empatía; ¿Cómo genera el programa una reacción emocional?; ¿Cómo busca lograr la participación y empatía por parte del espectador?)

En el caso del noticiero, además de aplicar dichas categorías, realizamos un análisis cuantitativo de las noticias presentadas en cada una de las tres muestras.

O sea, por cada emisión elaboramos una tabla en la que consignamos las características de cada una de las noticias difundidas: su descripción básica, rubro, procedencia, duración en minutos, en porcentaje, y tipo de tratamiento (estableciendo la diferencia entre: imagen estudio e imagen del hecho).

Así, a través del análisis de contenido, nos enfocamos en: detectar qué mensajes denotan y cuáles connotan cada una de las producciones que forman parte del estudio; identificar cuáles son los objetivos (manifiestos y encubiertos) de los discursos presentados; analizar en qué aspectos se manifiesta la falta de ética en el quehacer periodístico e indagar cuál es el grado de persuasión y manipulación ideológica en el que incurre el canal a través de los programas analizados.



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Además, buscamos identificar cuáles son, concretamente, los aportes educativos de *Telefe* en las producciones elegidas. O sea, la funcionalidad de dichos contenidos sobre el conjunto de la sociedad.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR



Desarrollo:

CAPITULO I: TEORIA DEL YIN YANG - TV

TEORIA DEL YIN YANG

Orígenes y fundamentos:

La teoría del Yin Yang, que explicaremos aquí, para luego compararla con el accionar de la TV, forma parte del sistema filosófico oriental llamado *Taoísmo* (palabra derivada del carácter del idioma chino *Tao*, que suele ser interpretado como "vía" o "camino").

La esencia de la filosofía taoísta se encuentra en el *Tao Te-king*, que reúne las escrituras realizadas por Lao Tse. Tal como indica John Heider, psicólogo estadounidense, profesor de la Menninger Foundation School of Psychiatry, director del Human Potential School de Mendocino, California:

*“Tao Te-king quiere decir el libro (King) de Cómo (Tao) Ocurren las cosas (Te) (...) Fue dirigido originalmente para la formación de sabios y prudentes dirigentes políticos en el siglo quinto A.C. (...) Es simple y sensato. Pero más importante aún es el hecho de que (...) integra persuasivamente las cualidades del líder a su manera de vivir: nuestro trabajo es nuestro camino”.*¹¹

El objetivo principal de los taoístas es alcanzar la inmortalidad, que también se interpreta no literalmente, como el propósito de una longevidad en plenitud.

Lao Tse fue divinizado como dios taoísta -un "inmortal"-, encabezando un enorme panteón de héroes folclóricos. Sin embargo, la antigua forma del Taoísmo era la de una corriente filosófica y no una religión, por lo que los antiguos pensadores interpretaban por "inmortalidad" el hecho de "auto superación" del propio ser en comunidad con el entorno, que implica buscar el progreso personal y colectivo, sobre la base de la mutación constante que enseña el Tao.

El *Taoísmo* establece la existencia de tres fuerzas: una positiva *Yang* (fuerza concreta, masculina, seca...), otra negativa *Yin* (fuerza sutil, femenina, húmeda...) y una tercera, conciliadora. Las dos primeras se oponen y complementan simultáneamente entre sí. O sea,

¹¹ John Heider, *El TAO de los líderes. El Tao Te-king de Lao Tse adaptado a la nueva era*, Buenos Aires, Del Nuevo Extremo, 2007, p. 13.



son interdependientes de manera absoluta y funcionan como una unidad. La tercera fuerza es el Tao, o fuerza superior que las contiene.

Tao es el nombre global que se da al orden natural. John Heider en su traducción y adaptación del Tao Te-king indica que:

*“Tao significa: cómo ocurren las cosas, cómo funcionan las cosas. Tao es el principio esencial de la creación. Tao es Dios. No se puede definir Tao porque se aplica a todo (...) Tao es un principio. La creación. Sin embargo es un proceso. Eso es todo lo que hay: principio y proceso, cómo y qué”.*¹²

El significado más antiguo que existe sobre el Tao dice: "Yi Yin, Yi Yang, Zhé Wei Tao", que quiere decir: "un aspecto Yin, un aspecto Yang, eso es Tao".

Si bien no podemos definir a Tao, podemos conocerlo. Lo entendemos como "camino" (recto o virtuoso) que conduce a la meta, ya que su objetivo consiste en enseñar al hombre a *fluir*, a integrarse en la naturaleza y en sí mismo en concordancia y armonía.

Para seguir ese “sendero” del Tao, el método es la meditación, o estar consciente de lo que ocurre. Así, las fuerzas de la mente no tienen poder. Quien lo recorra necesita contar con una preparación interna; precisa lograr, mediante la práctica espiritual, el recogimiento y el silencio, un estado de relajación y serenidad tal que le posibilite la contemplación del ser interior, el alma; para así lograr ver lo invisible; escuchar lo inaudible y sentir lo inalcanzable.

La concepción del Ying Yang es un tipo de pensamiento filosófico a través del que se observa la realidad. Se basa en el concepto de que la energía *qi* (energía vital que nutre y sostiene todo lo que nos rodea) se manifiesta en el universo en forma de dos fuerzas complementarias y a la vez opuestas (Yin y Yang), que representan la interacción dinámica que forma el conjunto finamente equilibrado.

Ambas fuerzas pueden ejemplificarse a partir del significado de las palabras: "Yang", que literalmente significa “*la ladera luminosa (soleada) de la montaña*” y a su vez se relaciona con el calor, la brillantez, el exterior, el movimiento y lo masculino. Mientras que "Yin", se corresponde con el frío, la oscuridad, el interior, el reposo y lo femenino y hace referencia a “*la ladera oscura (sombria) de la montaña*”; entiéndase la idea de montaña como

¹² Ibidem, p.17.



símbolo de "unidad". Dado que, aunque representan dos fuerzas aparentemente opuestas, Yin y Yang forman parte de una única naturaleza.

La lógica que subyace de este principio filosófico, enfatiza la importancia de que, para comprender una parte de la realidad resulta necesario relacionarla con la totalidad, ya que esa parte no existe aislada, sino en función de la totalidad.

Tal como indica en su espacio *Yoga y medicina oriental* de Clarín Blogs (<http://blogs.clarin.com>), Adriana Paoletta (bajo el nombre de perfil: Taitoku), Lic. en Letras (Universidad de Buenos Aires) e Instructora de Yoga (Universidad del Salvador), “*Las fuerzas Yin Yang (...) están sujetas a ciertas leyes. La Teoría Yin Yang encierra estas premisas: Nada existe por sí mismo, todo es relativo, nada es absoluto. Es decir que estos principios no son absolutos sino que son mutuamente intercambiables*”.¹³

A partir de la descripción de Paoletta, citando a la teórica de medicina china, Dra. Alejandra Maratea, vemos que la ley del Yin-Yang está sometida a cinco premisas o leyes:

- 1) Dualidad: Todas las cosas y fenómenos tienen dos aspectos: uno Yin y otro Yang (Ejemplo: si hablamos del tiempo: día/ noche; si nos referimos a temperatura: frío – calor).
- 2) Yin y Yang no son absolutas, sino relativas: no existen por sí mismas, sino en función de algo con que compararlas.
- 3) Creación mutua: Pueden distinguirse pero no separarse. Dentro de cada una está el germen de la otra; esto quiere decir que están en una permanente interacción. La tensión entre ambas fuerzas es lo que determina su equilibrio.
- 4) Control mutuo: Esto implica que, por la relación de equilibrio que ambas deben lograr, el crecimiento excesivo de una, produce como respuesta una disminución de la otra. Hasta cierto punto el Yin y el Yang se van a tolerar y se van a tratar de compensar. Pero si el crecimiento de Yin es mayor, el Yang va a empezar a declinar, porque va a estar sojuzgado por la otra energía en crecimiento. Su relación consiste en generarse y controlarse mutuamente para que no crezca excesivamente una sobre la otra.

¹³ Taitoku, “Teoría del Yin y Yang”, *Yoga, aprender con el cuerpo*, Clarín blogs. Disponible en Internet en: <http://blogs.clarin.com/yogaymedicinaoriental/2008/8/25/teoria-del-yin-y-yang> Consultado el: 1 de octubre de 2008.



- 5) Transformación de una en otra: Esto implica que, cuando el crecimiento de una de las energías, llega al extremo, esta cambia de polaridad y se transforma en su opuesta. Cada una lleva adentro el germen o el potencial de transformarse en su opuesto.

Representaciones gráficas del Yin Yang:

El tradicional símbolo *Taijitu* o “diagrama del taiji” (figura 1), es la forma más conocida de representación gráfica del concepto de Yin y Yang. La parte oscura, normalmente negra, representa el Yin y la parte clara, normalmente blanca, el Yang.

Estas dos partes entrelazadas se denominan en chino *peces*. La línea que las separa no es recta, sino sinuosa, representando el equilibrio dinámico entre los dos conceptos y su continua transformación. Los puntos de distinto color simbolizan la presencia de cada uno de los dos conceptos dentro del otro.

Otra manera de representar el Yin Yang es con una línea continua (Yang) y una partida (Yin). Al repetir estas líneas tendríamos cuatro estados (del Yin absoluto al Yang absoluto pasando por sendos estados intermedios). Si utilizamos tres líneas, obtenemos ocho combinaciones, conocidas como "los ocho trigramas" -八卦, bāguā o Pa Kua – (figura 2).¹⁴

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

¹⁴ Macarena Ulriksen, “Yin Yang”, Lotus, Blog, agosto, 2007. Disponible en Internet en: http://images.google.com.ar/imgres?imgurl=http://www.mailxmail.com/cursos/imagenes/6086_1_3.gif&imgrefurl=http://lotussunset.blogspot.com/2007_07_01_archive.html&usq=_SCkdm8nmX7A9cNJVDG38rtr3r5I=&h=393&w=400&sz=13&hl=es&start=64&um=1&tbnid=qhpc2uj3hj_sBM:&tbnh=122&tbnw=124&prev=/images%3Fq%3DTaijitu%26start%3D60%26ndsp%3D20%26um%3D1%26hl%3Des%26sa%3DN Consultado el 18 de octubre de 2008.



PARALELISMO YIN YANG – TV

A continuación elaboraremos una analogía entre la teoría del Yin Yang, anteriormente explicada, y el accionar de la empresa televisiva privada *Telefe*. Hemos expresado que dicha concepción integra el sistema filosófico oriental del taoísmo, que es un término derivado del carácter del idioma chino “Tao”, que significa “camino” y el Tao Te-king lo relaciona con “autosuperación” del propio ser en comunidad con el entorno, acción que implica buscar el progreso personal y colectivo.

Para sumergirnos en el tema empezaremos presentando una semejanza con el taoísmo en cuanto a la forma de aproximarnos a la contemplación de la realidad. Tal como para quienes siguen el camino del Tao; nuestro sendero como investigadores ha de requerir de una observación profunda, que nos permita pasar de lo que se ve a simple vista a aquello que se presenta encubierto y así podamos ser capaces de captar los diversos matices de lo que ocurre.

La preparación interna con la que contamos en nuestra búsqueda es la trayectoria de cinco años de carrera universitaria, estudiando las distintas disciplinas relacionadas con la comunicación social y desarrollando nuestra capacidad de discernimiento.

Partimos de la idea fundamental del taoísmo, que describe las polaridades inherentes a todo lo existente, representadas por las tres fuerzas fundamentales: Yin (Oscuridad, fuerza negativa, sutil), Yang (Luz, fuerza positiva, concreta), aparentemente opuestas y complementarias que se encuentran en todas las cosas, y una tercera fuerza, que es el Tao, o fuerza superior que contiene a las otras dos.

Hemos elegido focalizar nuestro análisis en dos programas de la franja horaria nocturna en los que hallamos, en distintos grados, dicha ambivalencia. Estos son: los periodísticos *La Liga* y *Diario de medianoche*.

Observamos que a través de dichas producciones, la emisora presenta una conducta ambigua. Tal como ocurre con todo lo existente según la filosofía china del taoísmo, aquí vemos un modelo de Yin Yang. Percibimos que conviven aspectos opuestos (positivos y negativos). Los aportes brindados a la sociedad hacen contrapeso con una serie de limitaciones encubiertas, pero latentes dentro del discurso.



Por un lado, consideramos que, como parte de la industria cultural, el canal de aire privado *Telefe*, en su condición de empresa no escapa a la búsqueda de efectividad (rating) en sus transmisiones. Y como tal, se ha venido caracterizado por seguir las leyes mercantilistas de la oferta y la demanda.

De hecho sería ingenuo ignorar que el medio aún mantiene en su grilla programas de esencia meramente comercial, que tienen como rasgo análogo a toda “maquinaria” de producción técnicamente eficiente el mecanismo de repetir fórmulas de éxito comprobado. (Por ejemplo, esto se ve en el anunciado lanzamiento de la sexta edición del reality show *Gran Hermano*, un mero producto de “diversión”, indiscutiblemente vacío de contenido que pueda brindar algún aporte de valor al espectador).

A pesar de esta oscura, pero innegable faceta perceptible en el panorama, que coincide con la presencia de fuerza Yin, vemos que dicha realidad es ambivalente. Como tal, también presenta un lado de luz (fuerza Yang), ya que a partir de los contenidos observados en los programas elegidos para el estudio, inferimos una vía de autosuperación, un impulso pionero, que se eleva sobre la superficialidad de la llamada “TV basura”, carente de contenido sustancial, meramente abocada a los fines de entretenimiento y “diversión”, que marea al espectador, lo dispersa de su eje y le deja una mera fascinación “hipnótica”, un vacío mundo de fantasías.

Aquí vislumbramos que el canal acepta el reto de sembrar la semilla de la innovación y ese progreso del que nos habla el Tao. Siguiendo con la línea de comparaciones con el Yin y Yang, nos abrimos a la posibilidad de que este fenómeno descrito puede ser motivado por una tendencia de la naturaleza a restablecer el equilibrio.

Recapitulando y focalizando nuestra observación en otros aspectos donde también encontramos la polaridad, observamos que *Telefe*, por un lado, muestra una faceta que puede encuadrarse dentro de lo que anteriormente llamamos “*la ladera luminosa (soleada) de la montaña*”, la energía Yang (fuerza positiva y concreta), ya que cumple una función constructiva para la sociedad. Parte de sus mensajes resultan un bálsamo para el televidente. Esto, tal como ocurre con la fuerza concreta Yang puede apreciarse a simple vista.