



**FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

**“Florecer en el caos”:
Un acercamiento al yoga desde
la comunicación sonora en
contexto de pandemia**

Alumnas:

María Paula Felicito

Legajo: 24961/7

Mail: mariapaulafel@gmail.com

Celular: 298154291438

Julieta Magalí Flores Godoy

Legajo: 26299/8

Mail: julietafloresgodoy@gmail.com

Celular: 223688575

Directora: Lic. y Prof. Margarita Eva Torres. Mail: margameis@yahoo.com.ar

Co-directora: Lic. y Prof. Maria Gelly Genoud. Mail: gellygenoud@yahoo.com

Abstract

El presente Trabajo Integrador Final consiste en la producción de cinco podcast que se pueden escuchar a través de la plataforma Spotify. Desde una perspectiva teórica que articula la comunicación con la práctica del yoga, el material que se ofrece aborda distintas temáticas que proponen nuevos hábitos tendientes a mejorar la calidad de vida de las personas, especialmente en contexto de pandemia.

Así, en cada uno de los podcast se abordan temas relacionados a la salud mental, a la alimentación y a la búsqueda de un modelo de vida humana más amigable con el planeta. Desde los conceptos de la comunicación, asumida como un encuentro con otros y el yoga como una disciplina que estimula el autoconocimiento y el activismo pacífico, los podcast intentan contribuir a la concientización sobre las lógicas de vida actual, signadas por el consumismo desmedido y la depredación de los recursos naturales.

Además de los tópicos inherentes a la producción sonora, el trabajo reflexiona sobre las particulares condiciones de producción en que debió llevarse a cabo: a distancia, la mayor parte de manera virtual y los insospechados procesos de aprendizaje que implicó su realización a distancia y de manera virtual.

Agradecimientos:

Este material fue realizado con mucha entrega y dedicación. Pero no hubiera sido posible sin la ayuda de un sinnúmero de personas, que aportaron una cuota de su tiempo y saberes para que hoy estemos en la instancia de entrega para la obtención de nuestro título universitario.

Agradecemos a todas las personas que de alguna forma aportaron a la realización de este proyecto: a cada una de las entrevistadas, a la Escuela de Natha Yoga por iniciarnos en este camino y especialmente a los profesores Maheshi y Sadheva por su colaboración en ambas entrevistas.

A nuestras directora y co-directora, Margarita Torres y Gelly Genoud respectivamente, quienes fueron fundamentales en el trazado de los lineamientos de este trabajo integrador final. Supieron guiarnos con mucha paciencia y sabiduría, en la culminación de esta etapa tan importante para nosotras.

Queremos agradecer a nuestros papás y mamás que nos apoyaron año a año para que pudiéramos seguir nuestros propios deseos y cerrar nuestro ciclo educativo de la mejor manera posible. Promovieron nuestro crecimiento en todo momento, brindándonos aliento, apoyo físico y emocional, con paciencia y la palabra justa. También a los amigos, hermanos que nos ayudaron en el camino: todos contribuyeron para hacer de este podcast un proyecto muy especial.

Como describimos en el desarrollo del trabajo, en los podcasts los mantras que están editados y que forman parte de la artística, fueron hechos especialmente para esta producción. Fueron grabados y editados por Julian Greigh, instrumentados y cantados por Paz Marone, Maricel Camacho y Maximiliano Flores (hermano de Julieta). Reconocemos el enorme trabajo que existe detrás de la creación de un material auditivo y la calidad de sonido que lograron brindarnos de forma desinteresada.

Agradecemos también a Marcos Lagña, quien realizó la operación técnica en el proceso de grabado, además de brindarnos sus equipos, conocimiento, tiempo y espacio para colaborar en nuestro proceso de elaboración.

Agradecemos a lxs educadores y maestros que son una guía en nuestro camino. Aquellos preparadxs para enseñar y aquellxs que enseñan sin intención, pero que conforman nuestras experiencias como comunicadoras.

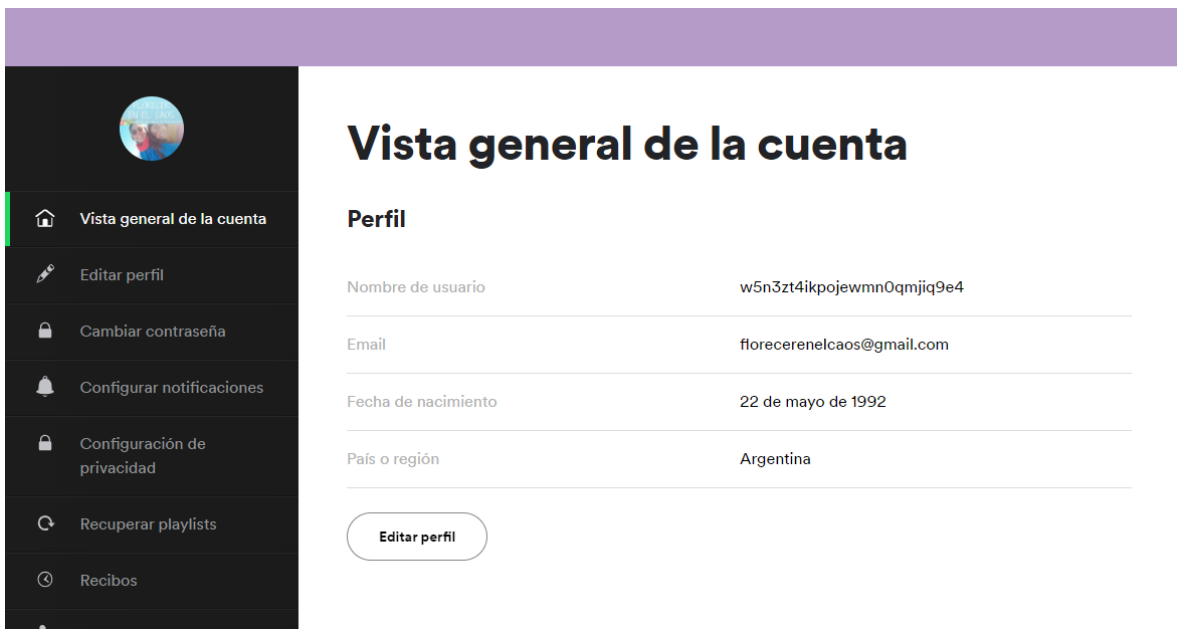
Índice

Descripción de la producción.....	6
Palabras clave.....	7
Antecedentes para la producción	13
Área temática.....	17
Objetivos generales y específicos.....	18
Perspectivas y herramientas teórico-conceptuales.....	19
Desarrollo del proceso de producción y justificación de los recursos elegidos.....	28
Justificación analítica de la creación de la producción en el campo comunicacional. Circulación y explicitación de los destinatarios (directos e indirectos).	
Recursos materiales.....	39
Consideraciones finales.....	41
Bibliografía..	43

Trabajo Integrador Final de Producción

Descripción de la producción a desarrollar

La producción de este TIF consiste en la producción y elaboración de una serie de podcast de yoga (cinco), así como también de la creación de un perfil en la plataforma Spotify desde donde se difundirán con frecuencia semanal. La cuenta desde la que se comparte la producción, se llama “*Florecer en el caos*”. Pegar link de spotify del perfil <https://www.spotify.com/ar/account/overview/>



The image shows a screenshot of the Spotify account overview page. On the left is a dark sidebar with a profile picture and several menu items. The main content area is white and titled 'Vista general de la cuenta'. Below the title is a 'Perfil' section with a table of account details. At the bottom of this section is an 'Editar perfil' button.

Perfil	
Nombre de usuario	w5n3zt4ikpojewmn0qmjiq9e4
Email	florecerenelcaos@gmail.com
Fecha de nacimiento	22 de mayo de 1992
País o región	Argentina

Palabras clave: yoga, comunicación, podcast, Spotify, pandemia, salud mental.

Contexto

Durante el transcurso del año 2020, nos propusimos realizar, como trabajo final de la licenciatura en Comunicación Social, una serie de Podcast de duración variada y compartirlos en la plataforma Spotify. Pensamos en un producto que estuviera dirigido a personas de entre 20 y 70 años y que pudiera contribuir a un mejor tránsito del Aislamiento Preventivo Social y Obligatorio (ASPO) que se dispuso en la Argentina para tratar de frenar los contagios de coronavirus, en el marco de la pandemia de Covid-19.

La situación de pandemia comenzó a hacerse evidente hacia finales del 2019, cuando, en la ciudad china de Wuhan, se identificaron casos de una extraña neumonía. Los estudios científicos pronto advirtieron que esta afección era provocada por un virus, al que llamaron SARS-CoV-2, que rápidamente se propagó a escala planetaria. Por ese motivo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró a la enfermedad como una pandemia en marzo del 2020, el mismo mes en que nuestro país reportó los primeros contagios.

Frente a esta situación, el gobierno argentino dispuso el distanciamiento social para tratar de mitigar los contagios, medida que, en distintos momentos y con algunos matices, implementaron todos los países con el mismo objetivo.

Este acontecimiento atípico trastocó las lógicas de la vida cotidiana de todas las personas. Desde marzo de 2020 a la fecha, nada volvió a ser igual y si bien al principio las medidas sanitarias como el aislamiento y el distanciamiento

fueron aceptadas y cumplidas con mayor rigurosidad, con el tiempo las conductas se fueron relajando, en algunos casos por irresponsabilidad manifiesta y en otros por una genuina necesidad de recuperar la vida como se la conocía antes de la pandemia.

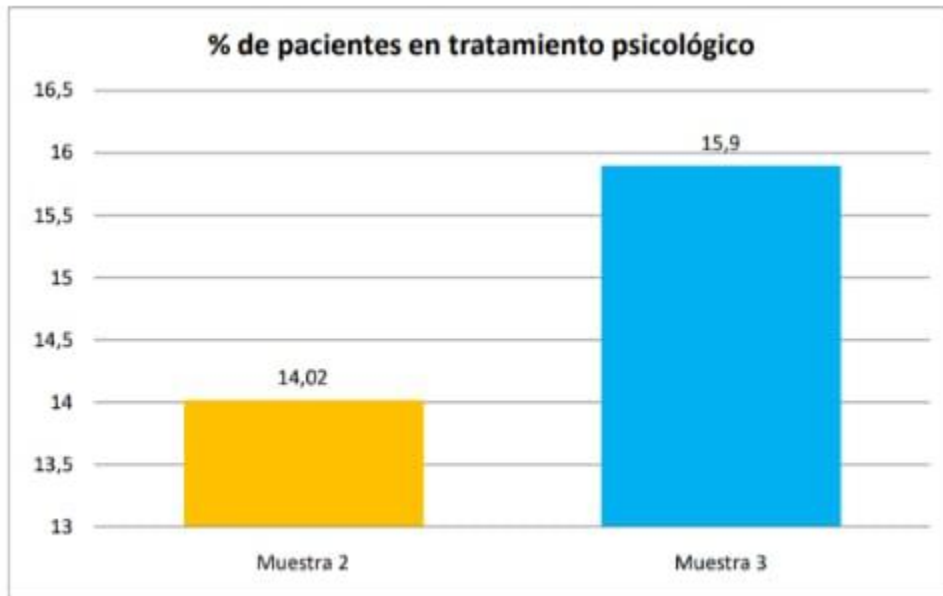
El hombre es un ser social, no es ni puede vivir sin el otro que lo constituye. Desde esa perspectiva teórica es imposible pensar que un contexto pandémico no afecta la salud de las personas en todas sus dimensiones, tanto física como emocional.

La quietud a la que obligó el contexto, no sólo provocó impacto a nivel corporal (contracturas, insomnio, malos hábitos alimenticios, exceso de ingesta de bebidas alcohólicas, etc.), sino también y muy especialmente en la salud mental.

Un estudio realizado por el Observatorio de Psicología Social Aplicada de la Universidad de Buenos Aires hizo un relevamiento del impacto psicológico a los 7-11, 50-55 y 115-124 días de la cuarentena en la población argentina, que arrojó que “casi el 75% de los participantes experimentaron malestar psicológico a los 115-124 días de cuarentena obligatoria” (pág. 23).

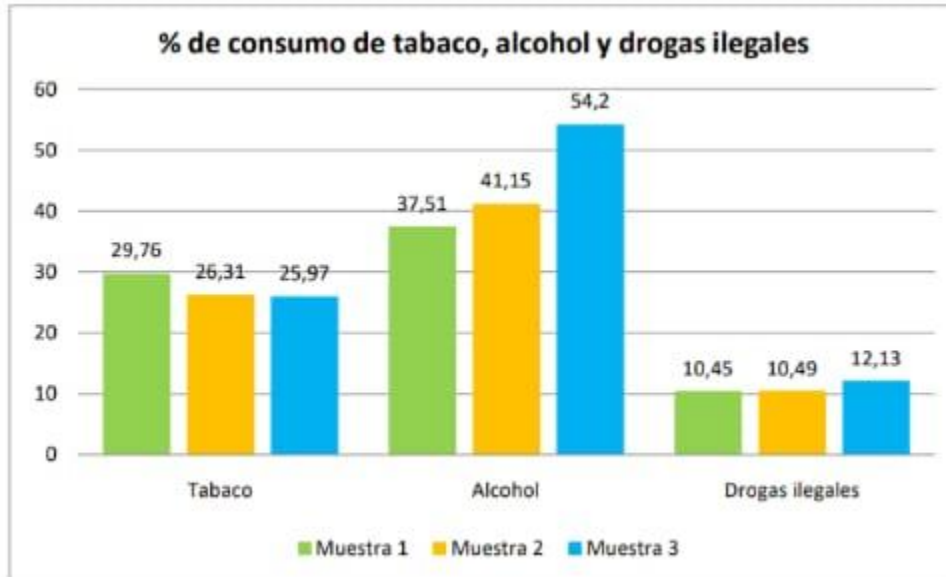
Algunas estadísticas que surgieron de ese estudio indican, además, que el tratamiento psicológico en el período 2, 14,05% (n=290) de los participantes y en el período 3, 15,90% (n=388) de los participantes afirmaron encontrarse en tratamiento psicológico. De estos 388 participantes, la mayoría (n=298) realizaban tratamiento a distancia y una minoría (n=90) de manera presencial.

En el siguiente gráfico se puede observar el porcentaje de pacientes en tratamiento psicológico a los 50-55 días (período 2) y los 115-124 días de cuarentena obligatoria (período 3).



Fuente: http://www.psi.uba.ar/opsa/informes/opsa_salud_mental_informe.pdf

En el siguiente gráfico se puede observar cómo se incrementó el consumo de tabaco, alcohol y drogas a los 7-11 días (período 1), 50-55 días (período 2) y 115-124 días de cuarentena obligatoria (período 3). El consumo de alcohol aumentó con la duración de la cuarentena llegando a más de la mitad de los participantes en el tercer período.



Fuente: http://www.psi.uba.ar/opsa/informes/opsa_salud_mental_informe.pdf

En tanto, en el gráfico siguiente se exhiben las alteraciones del sueño más frecuentes de los participantes de las tres muestras. En este sentido, se observó un descenso sostenido desde el período 1 al período 3 del porcentaje de participantes que reportan “dormir más”. En el período 3, el insomnio disminuye por debajo del porcentaje de los períodos 1 y 2.

Se puede advertir el porcentaje de participantes con diferentes tipos de alteraciones del sueño a los 7-11 días (período 1), 50-55 días (período 2) y 115-124 días de cuarentena obligatoria (período 3).



Fuente: http://www.psi.uba.ar/opsa/informes/opsa_salud_mental_informe.pdf

Las alteraciones del sueño, que afectan alrededor del 75% de los participantes en los tres períodos estudiados, son uno de los síntomas más frecuentes tanto en los trastornos de ansiedad como en la depresión. La disminución de la actividad física y la menor exposición a la luz solar en las grandes urbes alteran los ciclos del sueño.

Asimismo, la relación con los trastornos afectivos es relevante y debe considerarse también a la hora de promover la salud y prevenir el desarrollo de trastornos mentales, atento a que el estudio indica que la actividad social es una opción creciente a través de los tres períodos elegida por alrededor del 40% de los participantes para manejar su malestar psicológico.

Este estudio detectó un incremento sostenido y significativo de la cantidad de personas en riesgo de padecer un trastorno psicológico o mental en los tres períodos de cuarentena estudiados. También advierte la relevancia de este dato,

puesto que, una vez instalado un trastorno mental, se requieren intervenciones de mayor complejidad por parte de especialistas y muchas veces resultan insuficientes las intervenciones a distancia que proporciona la telesalud.

También observó que menos de la mitad de los participantes realizaban alguna de las actividades que se consideran saludables o protectoras como actividad física, meditación, práctica religiosa o yoga. Y destacó que hubo un incremento sostenido de la práctica del yoga del 8,17% al 9,91% y al 12,13% en los períodos 1, 2 y 3 respectivamente.

En tanto, según informó Unicef (2020) el aislamiento social provocó un mayor tiempo de exposición a las pantallas, poca realización de actividad física y la manifestación de sentimientos negativos como el miedo, la angustia o la depresión.

Por su lado también, el Grupo de Trabajo de Salud Mental de la Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia (SEMG) señaló que las necesarias medidas de distanciamiento social impuestas por la COVID-19 implicaron, en las personas de mayor edad, una severa disminución de sus contactos personales, y no solamente en el plano físico, sino incluso en lo emocional, tan imprescindibles a su edad y en especial en fechas especiales para su historia personal.

En la misma línea, la BBC publicó una recopilación de estudios en los que se comprobó que la soledad y el aislamiento social están ligados a la enfermedad, no solo mental, sino también física.

Todos nos sentimos solos en algún momento de nuestras vidas. Para muchos es algo pasajero, pero para algunas personas esa soledad se vuelve crónica, y aquí no se distingue rango etario, porque afecta a personas de toda índole y condición.

Varios estudios han vinculado esa soledad crónica y el aislamiento social con una mayor incidencia de enfermedades y un mayor riesgo de muerte prematura. En este escenario social descrito pensamos en la necesidad de elaborar un producto comunicacional que pudiera acompañar a las personas a transitar este difícil tiempo.

Antecedentes para la producción

Es difícil rastrear el inicio del yoga ya que sus orígenes son milenarios, sin embargo todas las corrientes coinciden en que la palabra proviene del término “jug”, que significa “unir, concretar, relacionar” en sánscrito, la lengua clásica de la India.

El objetivo del yoga es fortalecer la conexión entre el ser humano y el universo, la fuente de vida, y también, generar una unión entre sus cuerpos emocionales, físicos, mentales y espirituales, ya que todos convergen dentro de cada ser humano.

A través de posturas, que llamamos asanas, y ejercicios de respiración -pranayamas- y meditación, se busca la armonía de estos cuerpos con su entorno.

Como profesoras, decidimos formarnos en la Escuela de Natha Yoga, que enseña un yoga actitudinal que se amolda a las formas de vida de cada unx. Y continúa la corriente de dichos yoguis en el país, en la ciudad de Necochea.

El Yoga Natha o el Natha Yoga es un sistema, una manera de enseñar y un legado de los antiguos Rishis o sabios del Himalaya para toda la Humanidad. Según Georg Feuerstein, “el éxito de los Nathas se debió en parte al hecho de que sus maestros no reconocieran las barreras de las castas, y sus enseñanzas fueron adoptadas por parias y los reyes por igual” (“Natha Yoga”, 2021).

Se cree que Los Nathas son los descendientes de cultos anteriores, como la Pashupatas, Kapalikas y los Siddhas. También estaban íntimamente conectados con la tradición alquímica de Rasayana. Los Nathas siguen activos hasta nuestros días. Tiene como antecesor el Yoga de la línea de Goraksha Natha. Algunos yoguis destacados de esta línea fueron: Jalandhara Natha, Caurangi Natha, Charppati Natha, Kanipa Natha y Nalinapa Natha.

Los Nathas yoguis son considerados como los guardianes del conocimiento yóguico y proponen una natural actividad psicofísica-espiritual de vital importancia para la salud. Tiene entre sus premisas la libertad de expresión y el respeto hacia todos los seres.

Dentro de la corriente Natha occidentalizada que practicamos, se utiliza el Dharma. Este es un método de yoga actitudinal que proporciona los medios para llegar al Ser a través de los roles en la vida cotidiana.

La práctica diaria- que en sánscrito se denomina sadhana, se realiza por medio de tres técnicas, que son sencillas pero poderosas. En la página oficial de la Escuela de Natha Yoga se las describe de la siguiente manera:

- Meditación en los roles: "Svadharna Dhyanam" Podés practicarla en cualquier momento y lugar, permite experimentar libertad y felicidad más allá de los condicionamientos.
- Meditación sentada: "Dhyanasanam". Sentado en silla o en el suelo, proporciona estabilidad y paz mental, fortalece el sistema inmunológico volviéndolo más resistente al estrés y las enfermedades
- Meditación grupal: "Sangham" Promueve la búsqueda espiritual nutriéndose de la energía grupal. Reunión de dos ó más personas a escuchar una enseñanza, hablar de prácticas yóguicas, leer un libro espiritual o cantar de mantras.

Además de brindar un primer acercamiento a nuestro modo de comprender y vivenciar esta disciplina que nos atraviesa tan profundamente, queremos dejar en claro que sus principios son sencillos y apuntan no sólo a una práctica, sino a un estilo de vida más justo, armónico y equilibrado para todos los seres y el entorno que nos rodea.

Esa última aclaración constituye una de las bases del producto realizado, ya que influyó en la selección del contenido. Por ejemplo, en la columna del verdadero y falso, donde el foco está puesto en desmitificar los supuestos que sitúan al yoga como una práctica selecta para un grupo de personas, cuando en realidad se puede llevar a cabo en cada situación de la vida cotidiana.

En los últimos años se ha producido un auge de diversos materiales que difunden los beneficios de las terapias complementarias. Las lógicas de la vida actual, signada por la inestabilidad y la incertidumbre en todos los órdenes producen subjetividades específicas.

A pesar de lo pesimista que parece el futuro para algunas personas, o quizás debido a eso, se observa un interés por el retorno a modos más saludables de vida, especialmente en las nuevas generaciones, que manifiestan preocupación por el medio ambiente y plantean alternativas a las dinámicas hiper consumistas.

En la indagación preliminar para la planificación del TIF encontramos producciones estrechamente vinculadas a nuestro planteo. Una de ellas es el TIF de licenciatura de Miriam Di Marzio denominado “Ánima de Radio” presentado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, que narra su experiencia como conductora del programa que, con ese mismo nombre, realizó durante años en Radio Provincia de Buenos Aires.

Otro antecedente importante es el libro “La lanza en el agua” de Ana Sagastume, licenciada en Comunicación Social (UNLP), quien narró en formato de entrevista las reflexiones de Ricardo García, impulsor del yoga integral, acerca de las concepciones del sentido de la vida desde una perspectiva oriental.

Además, Ana D’Angelo (2012) da cuenta de que hace décadas el yoga está instalado en la sociedad argentina en los medios de comunicación. En el trabajo que presentó en las VII Jornadas de Sociología de la UNLP, alude al crecimiento

de la difusión de temáticas relativas al bienestar en distintos medios como biodanza, reiki, técnicas de respiración, relajación y meditación y las variantes del yoga, entre otras.

En tanto, Celeste Palavecino (2013) refiere que

En épocas de dominio de la razón, la ciencia ha logrado superar el par de opuestos alma-cuerpo. Hoy tal vez podríamos decir que esa dualidad fue suplantada por el binomio sujeto-objeto... Yoga presenta una nueva idea (aún cuando fue dicha hace miles de años, pero en Oriente): ni cuerpo-alma, ni cultura naturaleza, ni sujeto-objeto: no-dualidad, unión (p:9).

Área temática

Como estudiantes de Comunicación Social pero también como profesoras de yoga, decidimos fusionar nuestros dos campos, para crear esta producción que promueva una mejor calidad de vida para las personas en este contexto de cambio mundial sin precedentes.

Ambas nos formamos en la Escuela de Natha Yoga, en la sede ubicada en La Plata, y por eso decidimos compartir la filosofía que nos fue enseñada. Nuestros maestros fueron parte importante de nuestra elección y por eso decidimos entrevistarlos y hacerlos protagonistas de los podcast.

La Escuela de Natha Yoga surgió en Necochea, su nombre hace referencia a una antigua tradición yóguica de la India llamada **Natha Sampradaya** que

plantea entre sus principios que el Ser Humano tiene un doble sentido de existencia llamado **Dharma**, uno material y otro espiritual.

Objetivos generales y específicos

Objetivo general

- Difundir mediante una serie de podcast los beneficios del Yoga en el contexto del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio impuesto por la pandemia de Covid-19 en Argentina en 2020.

Objetivos específicos

- Describir los beneficios del yoga para la salud física y mental.
- Difundir ejercicios específicos de respiración.
- Dar a conocer herramientas y diferentes corrientes del yoga.
- Hablar de la conexión del yoga con otras prácticas como la meditación y alimentación saludable.
- Dar cuenta de la base teórica que sustenta el fundamento de esta disciplina a través de los nuevos modos de difusión que ofrecen las plataformas digitales y la comunicación.

Perspectivas y herramientas teórico-conceptuales

La era de la prisa, su sucesión cinematográfica de presencias puntuales, no tiene acceso a la belleza ni a la verdad. Sólo en una contemplación prolongada, incluso en una moderación ascética, las cosas descubren su belleza, su esencia fragante. Han, B. C. (2017. p: 23)

La Ley Nacional N° 26657 define a la salud mental como un proceso determinado por componentes históricos, socioeconómicos, culturales, biológicos y psicológicos, cuya preservación y mejoramiento implica una dinámica de construcción social vinculada a la concreción de los derechos humanos y sociales de toda persona.

Desde un principio supimos que queríamos ofrecer, a través de la comunicación, información responsable sobre los beneficios del yoga, cuya base filosófica, va en la misma línea del concepto de salud que configura la ley citada. El yoga también entiende a la salud de manera integral.

Por eso, el contexto de pandemia, nos convenció de que era un momento más que oportuno para difundir el yoga, especialmente por tratarse de una práctica que puede ejercerse de manera individual, sin necesidad de salir de la casa.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) describe como pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad y en el caso del Covid-19 no podemos ignorar los efectos que las medidas que tuvieron que tomarse para prevenir contagios tanto en la salud física y como mental de los sujetos.

Los seres humanos son seres sociales, que necesitan del vínculo con su entorno para un pleno desarrollo, por eso, las restricciones a la vida social, obligó a cada quién a adaptarse a un escenario inusitado.

Consideramos que el deterioro de la salud mental y el aislamiento que conlleva la pandemia están estrechamente vinculados, y en ese sentido hacemos hincapié en aportar este producto como una herramienta destinada a favorecer y cultivar la salud mental de todos los individuos.

En este escenario y a partir de las herramientas y perspectivas que nos ofrece nuestra formación en comunicación social, a la que entendemos como “un modo de estar con otros” (Saintout, 2010: 146), nos proponemos ofrecer un producto que acompañe a las personas en este contexto singular y transmitir un mensaje de esperanza, para así, además, contrarrestar el miedo que se busca imponer desde los discursos mediáticos y/o productos culturales hegemónicos.

Retomamos la mirada de Florencia Saintout (2003) sobre la comunicación como la construcción social de sentido, en cómo estas formas posibles de ver y conocer el mundo van configurando la cultura. En esa línea, se entiende a la cultura como un espacio de identidades, la dimensión significativa de lo social, un espacio donde los sentidos se transforman y están en continua disputa.

Por ello proponemos que un medio comparta una mirada holística del presente, y que habilite herramientas para mejorar la calidad de vida del individuo así como su estado mental. Buscamos contrastar con la propuesta hegemónica de

sostener la atención desde la exposición constante a nueva información y noticias sensacionalistas que promueven la angustia, el miedo y la paranoia.

Planteamos la comunicación desde la vida cotidiana, precisamente como el espacio donde las personas van construyendo su propia capacidad de ser distintos, con nuevas preguntas y nuevas formas de percibir el mundo. A través de esas resignificaciones individuales del mundo, de esa significación de sentidos que se comparten, reproducen y resignifican, construimos cultura, construimos identidades. Entendemos a la comunicación como algo vivo cambiante, que proviene de sujetos en constante cambio.

Las nuevas tecnologías en el campo de la comunicación nos permiten llegar a públicos inimaginables y las concebimos desde la mirada de Raymond Williams (1992) como instituciones sociales, intrínsecamente ligadas a sus contextos de surgimiento e inmersas en lo social.

Desde este enfoque nos distanciamos del sentido comercial o instrumental de estas herramientas.

Esta concepción se complementa con la mirada que aporta Jesús Martín Barbero (1996) quien sostiene que la digitalización permite la puesta en un lenguaje común de datos, textos, sonidos, imágenes, videos, etc. y desmontan la hegemonía racionalista del dualismo, es decir, una concepción estática y basada en los opuestos, que imposibilita una mirada integrada de las esferas de lo social, las tecnologías y la cultura.

Desde los aportes de esos autores y otros, como María Cristina Mata (1999), concebimos a la comunicación como un proceso habilitante y democrático en el que se generan y pugnan sentidos respecto de lo social.

En cuanto al yoga, se trata de una disciplina milenaria que apunta a lograr el equilibrio entre el cuerpo mental, físico y energético de las personas, por eso nos interesó difundir sus posibilidades a través de un programa que permite llegar a un público masivo y de manera accesible.

Para el análisis que nos proponemos recuperamos el concepto de salud que propone Roberto Briceño-León (2000), quien la entiende como “la síntesis de una multiplicidad de procesos, de lo que acontece con la biología del cuerpo, con el ambiente que nos rodea, con las relaciones sociales, con la política y la economía internacional” (p. 15).

También es pertinente considerar la posición que nos ofrece la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1948), que concibe a la salud como “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (p.1).

En tal sentido, Gustavo Alcántara Moreno (2008), refiere que “a pesar de que fue oficializada hace unos 60 años, esta definición es relevante por su institucionalidad, pues es la que sirve de base para el cumplimiento de las competencias de la OMS, que es el máximo organismo gubernamental mundialmente reconocida en materia de salud y uno de los principales actores en dicha materia” (p.96).

De esta manera, entendemos que la salud requiere de un equilibrio físico y mental que indudablemente ha sufrido un cimbronazo a causa de los modos de vida que impuso la pandemia.

En este escenario, los medios masivos de comunicación, así como otros soportes y dispositivos que permitieron mantener los lazos sociales, cobraron una enorme relevancia. Merecería un capítulo aparte la difusión de las llamadas “fake news” en relación a la pandemia.

Consideramos que las noticias falsas o la difusión de información sin fundamento científico y con una clara intencionalidad política, no hicieron más que agudizar los trastornos que trajo la pandemia. José Giménez, Jimena Espinoza, Fausto Vitale, Malena Escalante Sanchez, María Franceschi y Julián Caneva (2020) advirtieron que

Con la aparición del coronavirus en nuestra región aumentó exponencialmente la cantidad de noticias falsas que circulan en las redes sociales, a la par que también se registró un mayor volumen de conexión por parte de los usuarios debido a las medidas de aislamiento tomadas por el Gobierno nacional para evitar el avance de la enfermedad. Paradójicamente, el hecho de quedarnos en casa reduce las posibilidades de contagio, pero a su vez nos vuelve más vulnerables a otra pandemia, la de la desinformación. Este fenómeno fue advertido por la Organización Mundial de la Salud (OMS), que calificó como “infodemia” a la sobreexposición de información, tanto verdadera como falsa, sobre una enfermedad (p:1).

Este trabajo es producto de pensar de qué modo contribuir a fomentar buenos hábitos de vida en un momento traumático y cómo promover prácticas y herramientas que le permitan a las personas de cualquier edad y en cualquier contexto, sobrellevar la adversidad.

Por eso consideramos necesario, en una trama tan densa de mensajes de toda índole, ofrecer un producto que ayude a los sujetos a encontrarse consigo mismos, a volver a conectar con el cuerpo (automatizado por las nuevas formas de vida y especialmente de trabajo) y con las emociones, tan movilizadas por la incertidumbre que generaron los cambios de estos últimos años.

Teniendo en cuenta que el exceso de información es promotor de enfermedades mentales como la paranoia, el miedo social, fobias etc., tratamos de generar un producto que acerque a la comunidad herramientas para focalizar los pensamientos y tener una mente más clara, que sea capaz de manejar momentos de estrés e incertidumbre de una forma más equilibrada.

En relación al abordaje informativo de la pandemia, Maria Soledad Segura (2020) advierte que cierto modo de cobertura puede generar pánico, que en ningún caso puede contribuir a una eficaz gestión de las políticas preventivas impulsadas por el Estado y a su vez ensalza un estado de zozobra sostenido en el tiempo que erosiona la salud física y mental.

En esa línea, Natalia Aruguete (2020) menciona que las noticias falsas se caracterizan por tener una intencionalidad política que exacerban la sensibilidad

de la población y atentan contra las conductas responsables que son fundamentales para combatir al virus.

Por otro lado, en el seno de una sociedad mundial cada vez más virtualizada y ante una necesidad de hallar nuevas vías de trabajo y comunicación con el afuera, se produjo un auge en el uso de plataformas digitales.

Especialmente en Spotify quien superó ampliamente sus visitas y según el portal de noticias *El Economista*, los 155 millones de suscriptores premium superaron los 144 millones que tenía la plataforma de música a finales de septiembre y los 320 millones de usuarios totales.

Se puede advertir que Spotify triplicó el número de podcasts en su plataforma el año pasado: de 700.000 en el cuarto trimestre de 2019 a 2,2 millones a la fecha. En el informe publicado por el sitio, también informaron que el 25% de sus usuarios activos mensuales totales interactuaron con contenido de podcast en el cuarto trimestre, frente al 22% en el tercer trimestre de 2020.

Además, cabe consignar que las horas de consumo de podcasts en el cuarto trimestre casi se han duplicado desde el cuarto trimestre de 2019. Spotify tuvo un año excepcional durante la pandemia, gracias a que más personas se quedaron en casa y transmitieron contenido de audio.

Si bien las plataformas para escuchar podcast son variadas, como Ivoox, Apple Podcast, Google podcast entre otras, muchas son exclusivas del tipo de sistema que tengas en el celular, ya sea Android o Apple, y todas son específicas

sólo para reproducir podcast. El uso de esas *apps* tienen características variadas que facilitan la utilización de las mismas en los distintos momentos del día. Ya sea el poder apagarse al terminar de escuchar un podcast, que ayuda si es que tenemos la costumbre de escucharlo antes de dormir. Así como poder aumentar la velocidad del audio, o como Ivoox que tiene un modo conductor que omite distracciones como publicidades visuales para manejar de forma segura.

A pesar de ello decidimos utilizar de entre estas *apps* a Spotify porque es una plataforma que no tiene restricción de acceso por tipo de sistema, adquiere algunas de las características que facilitan el uso y además se utiliza también para escuchar música. Esta característica acerca a los usuarios de la *app* a la escucha del podcast, conozcan o no el formato, ya que la misma plataforma que se utiliza para escuchar música, puede ser usada para escuchar podcast con la misma facilidad. Por todas esas cuestiones elegimos esta plataforma, por entender que es la que más difunde el género de podcast, al consolidarse como el lugar donde la gente los busca y donde cualquier persona puede escuchar gratuitamente y sin costo.

A través de este formato sonoro y en el marco de este enjambre de discursos y mensajes que, lejos de tranquilizar, enervan más las emociones, y buscan dominar a través del miedo colectivo, nos propusimos combinar nuestros dos saberes, la Comunicación y el Yoga, para tratar de ofrecer un producto que no apelara tanto a lo exterior, sino al interior del sujeto para encontrar la calma en un mundo donde lo único que parece ofrecer es sufrimiento.

Si bien pensamos en un público interesado en temas vinculados a la salud física, mental y emocional, también pretendemos ofrecer conocimientos y técnicas para el bienestar general a quienes no estén interiorizados en ellos.

Florencia Saintout (2010). refiere que la comunicación tiene que ver con “modos de estar juntos que implican unos sentidos específicos del mundo, pero sobre plataformas materiales e históricas determinadas: se ubica en las transformaciones de la vida cotidiana, de los modos de sentir, de ver, de conocer, de congregarse (p: 146).

Tomaremos esa mirada de la comunicación para hacer de ella un instrumento que, junto a las herramientas que ofrece el Yoga, permitan construir un puente a través del cual acercarnos al otro con un mensaje que nos implica en tanto sujetos históricamente situados que compartimos un momento de transformación y puente hacia una nueva forma de vida, que quedará en las memorias del devenir del mundo.

Margarita Torres, Magalí Catino y Soledad Gómez (2020) manifestaron que en contexto pandémico

La conciencia de la muerte se vuelve más nítida y no hay placebo que pueda mitigarla. Las respuestas fetichistas se derrumban y nos quedamos desnudos frente a la pregunta imposible de formular ¿Cuál es el sentido de la humanidad? El fantasma del ego se derrite y ya no hay de dónde sujetarse. Entonces, desvalido, el ser humano vuelve su mirada y se encuentra en otra igual de suplicante, en un cuerpo igual de vulnerable. Los miedos, exacerbados por el discurso mediático

hegemónico, introducen al sujeto en una vorágine sin límites, donde debe forzar al máximo su capacidad de autosostenimiento (p.2).

Estas descripciones del mundo actual y la conciencia de la necesidad de actuar para transformar, constituyeron el escenario desde y a partir del cual pensamos y realizamos el producto que hoy estamos presentando.

Desarrollo del proceso de producción y justificación de los recursos elegidos

Este proyecto empezó a raíz del interés por generar un producto comunicativo que hable acerca del yoga como una herramienta que ayuda a mejorar la calidad de vida.

Elegimos el lenguaje sonoro porque brinda una mayor libertad de acceso al demandar un menor nivel de atención que un producto audiovisual o escrito. Por tratarse de un material auditivo, permite su consumo (desde dispositivos como un celular o una computadora) sin interferir con la realización de otras tareas.

Apoyados sobre esas características, el formato podcast permite que alguien pueda escucharlo al tiempo que esté haciendo otra actividad, como por ejemplo limpiando el hogar, trasladándose de un sitio a otro, cocinando, haciendo alguna actividad física. Especialmente en el contexto en que vivimos, aprovechar el tiempo se presenta como una necesidad para muchas personas.

Los podcast constituyen un nuevo formato auditivo que presenta muchas ventajas, diferente a la radio y las propuestas audiovisuales. Demanda menor atención, permite realizar actividades en simultáneo y a diferencia de la radio tiene permanencia en el tiempo, es atemporal.

En un podcast se desarrolla un tema durante un tiempo que no es determinado, pueden ser unos minutos o durar hasta dos horas y esa grabación con mayor o menor calidad queda en la plataforma para ser escuchada en el momento que se desee y cuántas veces se quiera. Las temáticas que se desarrollan en los podcast son infinitas y no tienen una estructura específica, van desde cuentos, especiales de humor, astrología o temas como política nacional, economía o deportes.

En su historia el podcasting nace alrededor del 2004 momento en que Adam Curry, empresario y celebridad estadounidense, usó una especificación del formato RSS (formato en que se sube el podcast) de Dave Winer para incluir archivos adjuntos.

Y comienza a escucharse este tipo de archivos en los iPods por medio de iTunes, los cuales hoy en día se alojan directamente en la web donde por medio del formato RSS son reproducidos por distintas *apps* o plataformas. Su nombre surge de la contracción de dos palabras Pod como “a demanda personal” y broadcast que significa “transmisión”.

Rescatamos la importancia en este contexto de nuevas alternativas de difusión de la información que comienzan a tener validez y hacen un aporte a la

desmonopolización de los medios. En el panorama de medios de Argentina para 2021, la compañía especializada en comunicaciones *Havas* (2021), subraya la creciente relevancia de los 'micromedios' como fuentes no solo populares sino autorizadas, señalando que “los micro medios de comunicación despegaron. Hoy en día una voz autorizada en cualquier tópico de interés puede, con validación de la comunidad online, convertirse en un medio en sí” (pág. 15).

Optamos por Spotify para la difusión de los podcast porque como explicamos antes, cualquier persona que tenga un celular puede ingresar en ella independientemente del sistema operativo que tenga. Y, además, se trata de la plataforma de uso masivo que cobró mayor popularidad en este último tiempo, dado que permite el acceso a la escucha de una forma rápida, ordenada y gratuita.

Nuestro recorrido comenzó hace alrededor de un año, cuando ambas nos encontrábamos buscando el modo de producir nuestro Trabajo Integrador Final. Lo único que teníamos en claro era que deseábamos vincular nuestros dos saberes e intereses: el yoga y la comunicación.

Nosotras nos habíamos conocido estudiando en la escuela de Natha Yoga durante 2019 y un tiempo después nos reencontramos en la Facultad de Periodismo, por casualidad, en la instancia en la que también ambas empezábamos a cursar la última materia. Allí conversamos acerca de que queríamos que nuestro TIF incluyera al yoga, fue entonces que decidimos trabajar en equipo y realizar una producción que tuviese que ver con la producción radiofónica.

La declaración de la pandemia reforzó la pertinencia de elaborar un producto de estas características, debido a que el yoga puede brindar herramientas que contribuyan al bienestar general de las personas, tanto física como emocionalmente, especialmente en este contexto fortuito que impuso la emergencia sanitaria.

En un primer momento pensamos en realizar un programa radial, pero el contexto fue cambiando las posibilidades, supusimos que el material se podría pasar en YouTube y Spotify, pero no ahondamos demasiado en cómo lo íbamos a llevar a cabo. Seguimos con la búsqueda del material para comenzar a idear este proyecto y empezamos a buscar antecedentes de otros programas radiales u otros soportes que unieran al yoga con la comunicación.

El proceso de búsqueda no fue una tarea fácil, nos resultó difícil hallar material que hiciera el cruce que estábamos pensando. El primer sitio en donde enfocamos nuestra búsqueda fue en el repositorio institucional de la UNLP, es decir, el Servicio de Difusión de la Creación Intelectual (SEDICI).

Allí dimos con un libro que nos orientó en la definición de lo que estábamos pensando, *La lanza en el agua*, escrito por Ana Sagastume, una periodista que entrevistó a Ricardo García, el fundador de yoga integral de la Asociación Bonaerense de Yoga. Y finalmente encontramos la tesis *Ánima de radio*, de la comunicadora Miriam Di Marzio, donde presentaba un programa de radio destinado a terapias alternativas y al yoga. El programa radial, se emite desde hace varios años por Radio Provincia de Buenos Aires. Este descubrimiento fue

un hallazgo muy importante para nosotras porque se trataba de un antecedente y un ejemplo de lo que queríamos hacer.

La tesis de Di Marzio, nos impulsó a escribirle y a mantener una reunión con ella, quién nos orientó sobre cómo había atravesado el proceso de producción, al tiempo que nos sugirió contactarnos con personas que podían dirigir nuestro trabajo. Este encuentro significó un avance importante para nuestro proyecto, ya que nos contactamos con quienes se convertirían en nuestras directoras de TIF, las profesoras Margarita Eva Torres y María Gelly Genoud.

No fueron pocas las complicaciones que se nos presentaron para llevar a cabo este proyecto, ya que la declaración de la pandemia nos llevó a volver a vivir en nuestros lugares natales. Una de nosotras reside en Mar del Plata, provincia de Buenos Aires y la otra en General Roca, provincia de Río Negro.

El contexto sanitario nos impidió encontrarnos, por ello decidimos grabar a distancia, y empezamos a planificar cómo queríamos que fuera el programa, la artística, las secciones, la música y los ejercicios de meditación guiada. Entre otras cosas, incluimos mantras ejecutados por Maximiliano Flores y su compañera Maricel Camacho, que ya estaban haciendo música pero nunca la habían grabado.

En un primer momento, dado que siempre estuvimos viviendo en distintos lugares y que no sabíamos cómo producir un programa online con estas características, planificamos realizar un vivo de YouTube. Hacer una llamada

online y a partir de ahí descargar el audio para luego subirlo a Spotify y dejarlo en ambos medios.

Pero, cuando comenzamos a investigar acerca de cómo realizarlo, nos enteramos de que solo se podía si se contaba con 1000 suscriptores, lo que nos hizo descartar completamente esa posibilidad.

Decidimos entonces subir el programa de radio entero a Spotify, aunque en ese momento todavía teníamos la duda de si íbamos a dejarlo con el formato clásico de programa radial, o si lo convertiríamos en un formato más desestructurado, como el que utiliza Spotify para programas auditivos, como un podcast. La elección de Spotify significaba también menos costos de producción, dado que no exige pago para subir el material.

Cuando terminamos de planificar todo el programa: hacer el guión, la pauta y seleccionar la música, empezamos a buscar la forma de grabarlo online y nos encontramos con la dificultad de no saber utilizar, ni contar con los programas para realizar la grabación a distancia.

Por último hicimos una prueba de llamada grabada y la diferencia de calidad de audio era muy notoria, por lo que descartamos también esa alternativa. Agotados todos los modos posibles, concluimos en que el mejor camino era viajar y grabarlo juntas. Para ese momento ya se habían habilitado los viajes.

Teníamos la posibilidad de grabarlo en San Clemente o en algún estudio de radio en La Plata. La posibilidad de edición que nos ofrecía San Clemente hizo que nos decidiéramos por hacerlo en ese lugar. Allí contábamos con un micrófono

de buena calidad y placa de sonido. Allí contamos con la colaboración técnica del músico local Marcos Lagña, quien nos facilitó los medios para la grabación y la edición y nos enseñó a utilizar estas herramientas.

Más adelante, estos aprendizajes fueron decisivos para el cambio de rumbo que tomaríamos: en vez de ofrecer un podcast con formato radial clásico, nos inclinamos por la producción de uno con formato más desestructurado. Esto que parece obvio a estas alturas, fue una duda que nos acompañó todo el proceso de edición.

Cuando terminamos de grabar y al hablar con nuestras directoras, nos dimos cuenta de que habíamos hecho un programa de radio y no un podcast, que es el material que circula en Spotify y otras plataformas de podcast. Con la orientación de ellas, iniciamos un proceso de reflexión y de redefinición del producto.

Este asesoramiento nos llevó a reconsiderar que el producto que habíamos realizado tenía una estructura radial muy marcada, que abarcaba muchos temas y que esto podía resultar contraproducente para el oyente que al escuchar un podcast pretende encontrarse con un producto de menor duración y con un formato no tan estructurado. Además, debíamos considerar también que los oyentes de hoy disponen de menos tiempo de escucha, o con tiempos fragmentarios, para lo que un programa tradicional de una hora de duración parecía una apuesta desajustada a las dinámicas sociales actuales.

Tras varios encuentros virtuales, decidimos tomar el trabajo terminado y en base a él, producir varios episodios en los que abordamos una temática a la vez. Al familiarizarnos con el formato del podcast, comprendimos que la flexibilidad que ofrece, fortalecía el objetivo que nos habíamos propuesto con nuestro trabajo.

Haber definido el modo, no significó que no se presentaran nuevos desafíos. Entre otras cosas, debimos pensar cómo lograr la fluidez de los programas ya que, como no teníamos la posibilidad de grabar nuevas partes de forma presencial, debíamos mandarnos los diálogos por audios y volver a editar de forma separada.

Eso implicó también un reenvío de los archivos y mucha edición para generar fluidez en la conversación. Además, decidimos que los dos mantras grabados especialmente para este trabajo, que en la idea original se escuchaban por completo en una sección del programa, fueran cortados y utilizados como artística de apertura y cierre de cada podcast.

Por esta razón, se pidieron los permisos correspondientes y los artistas debieron subir el material a una plataforma web, optando ellos por Spotify, para que -de esta manera- el material no se perdiese y para brindar también la posibilidad al oyente de escuchar de manera completa esas canciones, si así lo desea.

El producto terminado consistió en una serie de podcasts que los usuarios podrán escuchar mediante la plataforma Spotify. Ya que el formato permite la flexibilidad del tiempo, estos son de diferente duración y en cada uno incluimos

herramientas diversas como: entrevistas en vivo, ejercicios guiados, meditaciones, música grabada de estudio especialmente para el programa, grabación de audio, encuestas y edición artística.

Para nosotras significó un gran desconcierto atravesar la etapa final de la carrera en contexto de pandemia, ya que jamás hubiéramos imaginado que deberíamos hacer un trabajo tan importante y que resumiera los saberes y competencias adquiridas en nuestra formación en estas condiciones y a distancia.

Entre otras cosas, desconocíamos por completo cómo realizar una producción online y a medida que fuimos realizando el programa fuimos aprendiendo. Tanto el manejo de marketing de las plataformas, como las herramientas de edición desde cero, cómo cortar un audio, agregar efectos de sonido, cambiar el formato de un audio, generar fluidez en el ensamble de cada archivo que íbamos agregando, entre otras muchísimas cosas.

También las herramientas de trabajo (conexión de micrófonos, placas de sonido) y los formatos sobre los que se deben subir las producciones. Plataformas como Spotify guardan la información como aplicaciones, no como páginas web y tienen otros formatos por los cuales circula la información.

Cuando llegó el momento de subir los podcast a Spotify advertimos que no se los podía subir a la plataforma directamente, sino que previamente había que subirlos a una plataforma alternativa, desde la cual Spotify toma el código RSS para subirlo a su plataforma.

Esto implicó que decidiéramos subirlos a Soundcloud, para ello debimos primero generar un correo electrónico (florecerenelcaos@gmail.com) y enviar los cinco podcast. Una vez hecho esto, creamos el perfil en Spotify y solicitamos que se subiera el material desde Soundcloud. Esta acción se mantuvo en proceso durante siete días, sin lograr avances, por lo que comenzamos a investigar sobre plataformas alternativas hasta que dimos con Anchor.fm.

También en ese sitio debimos crear un perfil, subir nuevamente la portada, los cinco podcast y la descripción de cada uno. De esa manera logramos el cometido de que los podcast pudiesen escucharse desde Spotify.

Ahora, en la etapa de culminación de este complejo proceso de terminalidad académica, podemos decir que estamos conformes con el producto terminado, y con haber podido sortear las adversidades que surgieron durante el proceso de producción, que -como describimos a lo largo del texto-, no fueron pocas.

Estas dificultades nos permitieron adquirir una gran cantidad de aprendizajes sobre los que destacamos el poder materializar no sólo una producción de audio que toma elementos de las producciones radiales, sino también cualquier tipo de producción comunicativa con contenido de valor. Confirmamos a través de nuestra experiencia, que, como afirma Paulo Freire el camino formativo es permanente y en continua transformación y reconfiguración.

En el proceso de elaboración del TIF, a nuestros saberes disciplinares sumamos, de manera autónoma y autoeducativa, aprendizajes específicos como

editar audios, utilizar plataformas digitales y comprender las lógicas comunicacionales actuales, de producción y consumo, signadas por la inmediatez y la deslocalización, de las que dimos cuenta a las directoras en las innumerables reuniones virtuales que mantuvimos con ellas.

Así, aprendimos a editar, producir y comunicarnos a través de la distancia, en tiempos asincrónicos y en colaboración mutua. De ahí que valoramos esta experiencia como una posibilidad de acercarnos a la nueva y fortuita realidad que nos toca vivir.

Advertimos en esta experiencia que los saberes son siempre actualizados por el contexto social en el que estamos insertos. De esta forma nuestro aprendizaje sobre las comunicaciones y medios se fueron modificando y transformando junto con nuestras posibilidades.

Creemos haber logrado una producción comunicativa actualizada que refiere a una temática que -a nuestro criterio- puede contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas en el marco de las medidas sanitarias que debemos mantener hasta que se supere la pandemia.

Con este contexto que modificó las costumbres de todos en general, pudimos percibir que muchas personas comenzaron a problematizar el sentido de su vida, a replantear sus prioridades, a repensar la calidad de sus relaciones y el valor de cosas cotidianas como el hecho de encontrarse con un otro.

Hubo que comprender que las restricciones a las libertades cotidianas eran condición necesaria para el cuidado de todos y minimizar la propagación del virus.

Justificación analítica de la creación de la producción en el campo comunicacional. Circulación y explicitación de los destinatarios (directos e indirectos). Recursos materiales

Los recursos que utilizamos fueron internet, la plataforma virtual de Spotify, YouTube, celulares, computadoras, micrófonos y otros elementos tecnológicos que nos permitieron la realización de un producto de buena calidad. Si bien la idea original se planteó como un formato sonoro de una hora de duración, debido a la libertad que nos proporciona el formato podcast decidimos presentar varios episodios de una menor duración e independientes entre sí.

En una primera instancia nos juntamos a grabar el producto y seguimos la idea original, teniendo como resultado un podcast de más de 50 minutos. Cuando comenzamos la etapa de edición nos dimos cuenta de que la extensión podría ir en contra del detenimiento de los oyentes en cada uno de los temas abordados y llevar a un desinterés por sobreinformación.

Percibimos que la lógica de incluir varios tópicos en un producto, podría ser contraproducente en relación a lo que nos proponíamos con este material. En tiempo de zozobra, de ansiedad, de miedo generalizado, quisimos profundizar en un tema por vez, con el tiempo necesario para su abordaje integral y sin aturdir al oyente con datos e informaciones diversas.

Como comunicadoras y practicantes de yoga nos proponemos difundir esta práctica con el objeto de atenuar los efectos nocivos del aislamiento social, tanto en la salud física como mental. Consideramos que se trata de una herramienta que puede aportar al desarrollo del bienestar de lxs ciudadanxs y brindar técnicas para disminuir el estrés que generan los nuevos hábitos a los que obligó la pandemia.

Consideramos al yoga como una práctica con un fuerte componente social, ya que su implementación en la vida cotidiana ayuda a favorecer la conexión del individuo con sus emociones y pensamientos. A su vez, hace más receptiva a la persona a su entorno y potencia su capacidad comunicativa.

Por eso estamos convencidas de que el contexto hace propicio ofrecer un producto de estas características, atento al creciente interés en torno a las terapias complementarias como el yoga, que tuvo fuerte pregnancia en el país durante la denominada “Semana Mundial del Yoga”, las celebraciones del “Día internacional del Yoga” proclamado por la Organización de Naciones Unidas desde 2014.

Además, el Ministerio de Salud de la Nación incluyó el yoga en las actividades sugeridas para mitigar los efectos del aislamiento en la salud física y mental.

Consideraciones finales

Como mencionamos antes, la realización de este TIF fue un enorme desafío. Hablamos también de las repercusiones físicas, psíquicas y emocionales de la pandemia en las personas y que eso fue precisamente lo que nos motivó a realizar una serie de podcast, para dar a conocer las herramientas del yoga, porque estamos convencidas de que pueden ayudar a atravesar con más serenidad un momento tan complejo.

En estas palabras finales también deseamos detenernos en las implicancias que tuvo para nosotras, en tanto estudiantes, el hecho de finalizar nuestra carrera de grado en este contexto. El cambio drástico de la vida que produjo el escenario global, no sólo se tradujo en la redefinición de las prácticas y hábitos cotidianos, sino también en la necesidad de entender que implicaría un modo muy distinto de transitar el final de la formación académica y que no viviríamos ciertos rituales y modos vinculados a este momento tan especial en la vida de cualquier persona: la obtención de un título universitario.

Probablemente dentro de algunos años, otros estudiantes que busquen algún antecedente en relación a la temática que abordamos en este TIF, se asombren, al leerlo, del contexto de producción.

Este particular contexto de producción es, indudablemente, una dimensión imposible de eludir a la hora de analizar cómo fue elaborado, los obstáculos que surgieron y cuál fue el resultado. Como comunicadoras sabemos la relevancia que tiene el contexto de producción, entendido como el entorno en el cual un texto

u obra son producidos. Todo contexto de producción está determinado por el lugar y época histórica; los acontecimientos sociales y políticos; las costumbres y hábitos de la época y la propia biografía del autor, entre otros factores.

También quisimos, desde nuestro lugar y nuestro saber, ofrecer otra mirada del mundo que se salga de las lógicas neoliberales donde todo, sujetos, tiempo y recursos naturales, parecen estar condenados al sometimiento con fines de productividad.

Con Jorge Alemán (2018) entendemos que lo social es una estructura que nunca es una totalidad, que no puede clausurarse a sí misma, por muy sedimentada que se presente, porque “no dispone de los suficientes elementos simbólicos para absorber el malestar que genera, sólo los puede atenuar circunstancialmente, pero nunca puede reducirlos” (Alemán, 2018, p: 45).

El neoliberalismo necesita producir un hombre líquido (Alemán 2018) como la propia mercancía, que incorpore los postulados de la producción como sentido último de la vida. En este escenario, tan pesimista por momentos, insistimos en la autonomía del sujeto que siempre puede *despertar* y cuestionar las lógicas impuestas de una vida que parece haber perdido su valor simbólico.

Entendemos que la comunicación, en el sentido de estar con otros y el yoga, como una disciplina de autoconocimiento, pueden articularse para contribuir a recuperar el sentido profundo de la existencia humana: estar aquí y ahora, en un tiempo en el que la realidad no es *así*, sino que *está así* y por lo tanto, puede estar de otra manera.

Bibliografía inicial

- Barbero, J.M. (1996). "Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación". *Nómadas* (Col), núm. 5. Universidad Central. Bogotá, Colombia.
- D'Angelo, A. (2012). Difusión mediática de discursos bio-psi y técnicas corporales de origen oriental. Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/31447/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mata, M. C. (1999). "De la cultura masiva a la cultura mediática". *Revista Diálogos de la comunicación*, N° 56, FELAFACS.
- Racciope, B. (2012). *Liberar, compartir, derivar*, fragmento del Cap. 7 "Internet un espacio para organizarse. Las tecnologías como espacios de creación colectiva"
- Williams, R. (1992). "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales"; en *Historia de la Comunicación. Vol.2. De la imprenta a nuestros días*; Bosch Casa Editorial, S.A; Barcelona.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. Cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. *Estudios de televisión*, núm. 23. Barcelona: Gedisa.
- Sagastume, A. (2008). *La lanza en el agua*, Editorial Dunken, C.A.B.A, Argentina.
- Saintout, F. (2010) Los estudios socioculturales y la comunicación: un mapa desplazado. Recuperado de http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r8-9/art_07.pdf

- Alcántara Moreno (2008) La definición de salud de la Organización Mundial de la Salud y la interdisciplinariedad. Sapiens. Revista Universitaria de Investigación. ISSN: 1317-5815. Universidad Pedagógica Experimental. Libertador. Venezuela. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/410/41011135004.pdf>
- Torres, M. Catino, M y Gómez, S. (2020) La fragilidad de la esperanza. Reflexiones sobre y desde la educación en tiempos de pandemia. Question. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/98266>
- José Giménez, Jimena Espinoza, Fausto Vitale, Malena Escalante Sanchez, María Franceschi y Julián Caneva (2020) Coronavirus y desinformación: la otra pandemia. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/94170>
- Palavecino, C. (2013) Los cuerpos que producen las prácticas... El Yoga en el cuerpo. 10° Congreso Argentino y 5° Latinoamericano de Educación Física y Ciencias. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/39045>
- Observatorio Psicología Social Aplicada (2020). Salud mental en cuarentena. Disponible en: Cómo afecta el aislamiento social a los y las adolescentes
http://www.psi.uba.ar/opsa/informes/opsa_salud_mental_informe.pdf
- UNICEF Para cada infancia (2020). La historia de Trinidad, estudiante de sexto año de secundaria
<https://www.unicef.org/argentina/historias/como-afecta-el-aislamiento-social-los-y-las-adolescentes>

ANEXO

Material y sitios digitales:

- "Moksha Yoga en la cárcel". Recuperado de <http://mokshayogaenlacarcel.com.ar/>
- Espada, A. (2018) Podcast, el mundo de la radio on demand, Revista Fibra, nota n 16. Recuperado de <https://agustinespada.wordpress.com/2018/03/17/podcast-el-mundo-de-la-radio-on-demand/>
- Espada, A. (2019) La Argentina podcastera. *Anfibia*. Recuperado de <http://revistaanfibia.com/ensayo/la-argentina-podcastera/>
- Torres, M. E. (2020) La fragilidad de la esperanza: Reflexiones sobre y desde la educación en tiempo de pandemia, Revista *Questión*, La Plata, Argentina. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/5957/5116>
- Di Marzio, M. A. (2019) *Ánima de radio* (Trabajo Integrador final de grado), UNLP, La Plata, Argentina.
- Los estudios socioculturales y la comunicación: un mapa desplazado. Saintout. Recueprado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/72151>
- Natha Yoga. (2021, 18 de febrero). *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Fecha de consulta: 00:55, septiembre 15, 2021 desde https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Natha_Yoga&oldid=133329118.
- Havas Argentina (2021) *Panorama 2021: algunas certezas para la nueva normalidad*. Recuperado de:

<https://www.totalmedios.com/PublicFiles/files/Havas%20Argentina%20-%20Panorama%202021.pdf>