

La Construcción de Regímenes de Saber: el Discurso Publicitario sobre Salud y Prácticas Sanitarias 1928 – 1949

Edith Molina Carmona

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

México

RESUMEN

Este es un proyecto doctoral que desea articular la publicidad, la salud, la historia y los cambios sociales, con el interés de comprender y explicar las transformaciones en torno al tema de la salud -entendido esto como cambios o modificaciones en tanto valor social y modos de desempeño-, que han sido atravesadas o acompañadas en su construcción social por los medios de comunicación y específicamente por la publicidad entre 1928 y 1949.

El proyecto planea reconstruir las narrativas en torno a la salud y las prácticas sanitarias contadas y elaboradas en el discurso publicitario impreso y el resto de discursos sociales de la época. Las narrativas permitirán comprender el proceso a partir del cual se ha llevado a la institucionalización o no de ciertos discursos sobre otros, a reconocer los ámbitos en los cuales los medios de comunicación y en específico la publicidad se articulan con el resto de discursos sociales. Por ello la consideración de hacerlo desde una perspectiva historizada, pues sólo así se podrán explicar los procesos diferenciados de producción de sentido y exponer el movimiento, las figuraciones e institucionalización de la noción de salud en sociedades tradicionales frente a propuestas modernizadoras.

El problema epistemológico está centrado en el proceso de producción de significados y conocimientos a través del tiempo y se desea abordar desde una perspectiva hermenéutica con autores que permitan narrar la vida y significarla. Por lo tanto no se desea explicar, ni establecer causalidades, sino ubicar la publicidad en un tiempo y espacio y encontrarle el sentido para su momento, para su época. En este trabajo se presenta entonces el proceso de construcción propiamente del proyecto.

Palabras clave: salud – publicidad -