

Autor: Liliana Inés Guiñazú

*La(s) infancia(s) y los tiempos: resignificación de prácticas culturales argentinas – juegos, juguetes, costumbres- y modos de construcción de representaciones, a través del análisis de discursividades desde un enfoque semiótico.* PPI 2020-22, aprobado y subsidiado por la SeCyT de la UNRC. Directora: Mgter. Liliana Inés Guiñazú (Dptos. Lenguas y Educación Inicial, FCH, UNRC)

Uno de los caminos a recorrer en este proyecto de investigación es el que estamos presentando en esta instancia. Nos centramos en el discurso publicitario como el ámbito de aplicabilidad de la Semiótica. Una actividad intelectual exigente y enfática, que involucra signos y objetos semióticos. En función de la investigación macro, buscamos conocer estrategias discursivas que ponen en valor el objeto-juguete, los juegos y las costumbres de una época; poniendo en práctica una metodología de análisis que nos permite abrir un espacio de encuentro entre distintos modos de observar el entramado social y cultural.

Estudiamos la circulación de sentidos, el lugar donde los sujetos construyen un universo de significados. Son los usos semióticos que circulan efectivamente y sobrepasan la práctica individual hasta lograr relacionar al niño y al mundo, precisamente, a través del consumo de signos.

Nuestro soporte es la revista *Billiken* de mediados del siglo XX, un instrumento interesante y apropiado para estudiar la construcción de representaciones sociales acerca de la(s) infancia(s). Entendemos a la publicidad como un modo privilegiado de difusión de cultura y construcción de identidades que moviliza sentimientos, ideologías, transfiere valores y genera representaciones acerca del mundo.