



XIV CONGRESO ESPAÑOL DE SOCIOLOGÍA

Murcia, 30 de junio - 2 de julio de 2022

“Desigualdades, fronteras y resiliencia.

Sociología para crisis globales”.

Plazo para envío de resúmenes:

Del 18 de noviembre al 21 de enero de 2022

CALL FOR PAPERS DEL GT 19 ‘SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO’

Coordinador/a: Matilde Fernández-Cid, U.C.M.

Email de contacto: choska@ccee.ucm.es

El Grupo de Trabajo en ‘Sociología del Consumo’ viene abordando, desde perspectivas y aportaciones muy plurales, una práctica social que se manifiesta a su vez en diversas propuestas, en lógica con sus diferentes formas de producción y expresión, con sus condiciones de posibilidad, con su implicación en procesos identitarios y distintivos. Situar el consumo como fenómeno social, práctica situada en contextos grupales, culturales -por lo tanto también estratificados, posicionados, desiguales- apunta al motivo central que convoca este XIV Congreso Español de Sociología: la desigualdad social y sus modulaciones y ajustes en momentos críticos (amenazas emergentes pero también propuestas transformadoras).

La necesidad de sumar ópticas y aproximaciones analíticas obliga a buscar espacios de encuentro con distintas especialidades y disciplinas, entendiendo que en buena medida el fenómeno -social- del consumo las atraviesa transversalmente, está unido y parcialmente definido en ellas. Animamos, pues, a la participación en este Grupo de Trabajo en el Congreso a quienes puedan aportar alguna pista que aproxime a este poliédrico y apasionante objeto de estudio.

Sólo como sugerencia de posibles asuntos convocados:

- Estudios sociales del consumo: perspectivas y aplicaciones*
- Consumo como anclaje de desigualdades sociales*
- Movimientos sociales e intervención en contextos críticos: de la colaboración implicada a la propuesta de modelos alternativos*

- *Mercado en contexto pandémico: emergencias, competencias, conflictos*
- *Pactos comerciales y compromisos políticos: (des)ajustes y adaptaciones estratégicas*
- *Marcas: comportamientos y adaptaciones*
- *Comunicación-publicidad: mensajes, canales, agentes. Intercambios e intrusiones*
- *Usos (¿y abusos?) de la comunicación electrónica (en el mercado digital ¿el precio eres tú?)*
- *Consumo digital: precios, apropiaciones, formatos de intercambio*
- *Educación en Consumo: propuestas y espacios de intervención*

Tras el análisis de las propuestas recibidas, es probable que se proponga alguna sesión conjunta (por asuntos tratados, por contenidos vinculados) con otros Grupos de Trabajo en el Congreso.

Indicaciones para autores/as

En la [web del congreso](#), sección “Comunicaciones”, se encuentran disponibles los apartados:

- [Call for papers general](#)
- [Normas de participación para autores](#)
- [Listado de Grupos de Trabajo](#)
- [Envío de Comunicaciones](#)

Nota: *El envío de comunicaciones se hará exclusivamente a través de la aplicación científica de comunicaciones del congreso: [Conftool](#).*

¡COLABORA EN LA DIFUSIÓN DEL CONGRESO!

[Twitter](#) | [Facebook](#)

[Federación Española de Sociología](#)

Tel. 629 27 19 61

Email: congreso@fes-sociologia.com

[Web del congreso](#)

