



IV ENEC



Encontro Nacional de Estudos do Consumo

Novos Rumos da Sociedade de Consumo?

24, 25 e 26 de setembro de 2008
09:00 às 18:00

Auditório BNDES (Av. Chile, 100/Subsolo)
Centro - Rio de Janeiro/RJ

CHAMADA PARA TRABALHOS 2008

O IV ENEC tem como proposta discutir algumas transformações das sociedades contemporâneas e suas relações com o consumo, o que têm nos obrigado a repensar muitas das características tradicionalmente atribuídas à sociedade de consumo, como individualismo, insaciabilidade e superficialidade. Neste contexto, o consumo tem deixado de ser apenas uma forma de reprodução e mediação das estruturas sociais reinantes e de busca por identidade e status para tornar-se também, e cada vez mais, um instrumento e uma estratégia de ação política que incorpora valores como solidariedade e responsabilidade socioambiental. Novas ideologias, movimentos e estratégias sociais voltadas para um consumo responsável, consciente, ético ou sustentável têm valorizado características territoriais, cuidados com o meio ambiente e sistemas de produção “tradicionais”, tais como indicação geográfica, comércio justo, economia solidária e *slow food*. Estas características adicionam valor aos produtos e se configuram como materialização destas transformações. Considerando estas novas configurações, verifica-se que o consumo levanta hoje uma nova gama de questões polêmicas que exigem uma reflexão teórica: privatização da política, politização do consumo, mercantilização das relações de produção, percepção de risco, sistemas de certificação e confiança, entre outras. Na oportunidade deste IV ENEC, nossa principal questão é: o consumo, acusado por muitos como o principal responsável pelas atuais condições de anomia, individualidade e despolitização das sociedades contemporâneas poderá ser, ele mesmo, a solução para os problemas que gerou? Neste caso, é pertinente se falar em uma “Nova sociedade de consumo”?

HISTÓRICO

Ao longo dos últimos 04 anos o Grupo de Pesquisa “Sociedades e CULTURAS DE CONSUMO” vem se propondo a analisar as teorias e práticas sobre as sociedades e culturas de consumo, através da organização de seminários, *workshops*, grupos de trabalho e publicações. Debatendo temas como “Consumo, Cultura e Identidade”, “Os Novos Poderes do Mercado”, “Tempos e Espaços do Consumo em uma Perspectiva Comparada”, “Consumo, Sociedade e Ação Coletiva” e, finalmente, “Práticas de Consumo e Novas Sociabilidades”, esperamos construir um espaço de reflexões que contribua para uma compreensão teórica sobre as práticas de consumo contemporâneas.

Para saber mais sobre o Grupo de Pesquisa, [clique aqui](#).

ENVIO DE TRABALHOS

Pesquisadores e estudantes de pós-graduação podem enviar propostas de trabalho, baseadas em resultados de pesquisas empíricas, através de **resumos expandidos** que serão analisados pelo Comitê Científico. Os trabalhos selecionados serão organizados em GTs a partir da proximidade temática. Orientamos que as propostas estejam em consonância com o tema proposto para este ENEV e com os temas trabalhados pelo Grupo de Pesquisa nos últimos anos (ver histórico do grupo de pesquisa acima).

Prazo para envio de resumos expandidos: 31/maio/2008

Enviar arquivo eletrônico com o resumo expandido no formato DOC, com no mínimo 3.000 caracteres e no máximo 4.000 caracteres (com espaços), até a data limite, para o endereço eletrônico enec2008@gmail.com. Cada proposta deverá conter, na parte superior da página (cabeçalho), as seguintes informações: título do trabalho; nome, titulação, filiação institucional e contatos (endereço completo, telefone, e-mail) do primeiro autor; nome, titulação e filiação institucional do segundo autor.

Divulgação dos artigos aceitos: 30/junho/2008

A lista de trabalhos aceitos será divulgada em 31 de março de 2008. A Comissão Organizadora não fornecerá recursos financeiros para transporte e hospedagem dos autores.

Envio do artigo completo: 01/agosto/2008

Enviar arquivo eletrônico com o artigo até a data limite, com título do trabalho, identificação dos autores (nome, titulação, filiação institucional e contatos) para o endereço eletrônico enec2008@gmail.com.

Formatação do Artigo: Fonte Times New Roman; tamanho 12; espaço 1,5cm; margens superior e esquerda iguais a 3 cm, margens inferior e direita iguais a 2,0 cm; tamanho máximo de 25 páginas (incluindo gráficos, tabelas e bibliografia), em formato DOC ou RTF.

INSCRIÇÕES

R\$ 120,00 para profissionais

R\$ 60,00 para estudantes de graduação e pós-graduação

Faça a sua inscrição clicando aqui

[Ficha de Inscrição](#)

Maiores informações:

enec2008@gmail.com

INSTITUIÇÕES PROMOTORAS

Grupo de Pesquisa Sociedades e culturas de consumo

Escola Superior de Propaganda e Marketing – RJ/SP (ESPM–RJ/SP)

CAEPM – Centro de Altos Estudos em Propaganda e Marketing

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

CPDA – Programa de Pós-graduação de Ciências Sociais em
Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade

Núcleo de Estudos Redes, Mercados e Valores

Universidade Federal Fluminense (UFF)

PPGA – Programa de Pós-Graduação em Antropologia

NEMO – Núcleo de Estudos da Modernidade

APOIO

BNDES

CAPES

Governo Federal

Governo do Estado do Rio de Janeiro

FAPERJ

COMISSÃO ORGANIZADORA

Fátima Portilho (UFRRJ/CPDA)

John Wilkinson (UFRRJ/CPDA)

Laura Graziela Gomes (UFF/PPGA/NEMO)

Letícia Veloso (ESPM-RJ/CAEPM)

Lívia Barbosa (ESPM-SP/CAEPM)

Secretaria

Betty Rocha (Doutoranda – UFRRJ/CPDA)

COMITÊ CIENTÍFICO

Alan Warde (Manchester University)

Daniel Miller (University College London)

Fátima Portilho (UFRRJ/CPDA)

John Wilkinson (UFRRJ/CPDA)

Kátia Medeiros de Araújo (UFPE/CAC)

Laura Graziela Gomes (UFF/PPGA/NEMO)

Letícia Veloso (ESPM-RJ/CAEPM)

Lívia Barbosa (ESPM-SP/CAEPM)

Renata Menasche (UFRGS/PGDR; FEPAGRO)

Silvia Borges (ESPM-RJ)