



Comunicação Pública

Vol.1 nº2 | 2005
Varia

Introdução



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/8876>
DOI: 10.4000/cp.8876
ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

Data de publicação: 31 dezembro 2005
Paginação: 43
ISBN: 1646-1479
ISSN: 16461479

Refêrencia eletrónica

« Introdução », *Comunicação Pública* [Online], Vol.1 nº2 | 2005, posto online no dia 16 novembro 2020, consultado o 05 dezembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/8876> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.8876>

Este documento foi criado de forma automática no dia 5 dezembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Introdução

- 1 Completamos neste número a edição de um dossier especial dedicado aos Estudos do Consumidor, coordenado por Francisco Costa Pereira. Os dois primeiros artigos, já publicados, perspectivavam o consumo enquanto acto individual: um deles interroga-se sobre a satisfação e a fidelização nas opções de consumo; o outro relaciona a construção do self e a auto-estima com as dimensões simbólicas dos actos de consumo.
- 2 O primeiro estudo publicado neste segundo número é também um trabalho de base empírica, desta feita sobre os elementos de racionalidade e de emocionalidade presentes nas lógicas subjacentes à aquisição de produtos. O dossier fecha com um texto de natureza mais teórica, onde se procura explorar as potencialidades de uma abordagem das práticas de consumo naquilo que elas têm de mais criativo, expressivo e revelador dos elementos de construção das identidades contemporâneas.