



CICANT – Centro de Investigação em Comunicação Aplicada,
Cultura e Novas Tecnologias
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Título do projeto

Fatores determinantes na construção da identidade dos jovens adultos, através do consumo de marcas de vestuário e de calçado

o **Objetivos do Projecto (indicar endereço eletrónico do(s) site(s) criado(s), quando aplicável) (500 palavras)**

O objetivo do projeto exploratório nº 5 é identificar os fatores determinantes na construção da identidade dos jovens adultos, através do consumo de marcas de vestuário e de calçado. Assim, pretende-se saber qual o impacto que as marcas poderão ter no processo identitário, uma vez que poderão ser utilizadas para construir, manter, melhorar e comunicar a identidade dos consumidores. Sendo o *self* uma construção social, o consumo pode ser preponderante na problemática identitária, assumindo uma especial relevância junto dos jovens adultos, os quais valorizam, particularmente, uma trilogia contemporânea: identidade, consumo e aparência. Foi idealizada uma metodologia quantitativa para explorar os fatores determinantes que correlacionam o processo identitário com as marcas de vestuário e de calçado. Aplicou-se um inquérito por questionário a uma amostra de conveniência não probabilística, composta por 319 estudantes de oito licenciaturas da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Utilizou-se uma análise fatorial exploratória para identificar as dimensões subjacentes nos itens

relacionados com a importância das marcas na construção identitária dos jovens adultos.

Após a finalização do projeto, pretendia-se:

1. Organizar uma conferência nacional para a apresentação dos resultados do estudo, com oradores convidados, e aberta à comunicação social;
2. Participar em dois congressos internacionais;
3. Publicar dois artigos em revistas internacionais.

o **Breve descrição das atividades desenvolvidas bem como dos desvios ocorridos durante a execução do projeto (500 palavras)**

Organização de uma conferência nacional para a apresentação dos resultados da investigação, com oradores convidados, e aberta à comunicação social.

No dia 25 de Outubro, no Auditório Agostinho da Silva, realizou-se a conferência 'Let's Talk About: Brand Relevance', na qual foram apresentados os resultados da nossa investigação. No evento, tivemos um orador convidado: Said Baaghil, consultor e especialista internacional em branding e marketing, que abordou o tema: brand relevance.



A conferência foi anunciada na Marketeer (<https://marketeer.pt/2018/10/24/said-baaghil-em-lisboa-para-debater-a-relevancia-das-marcas/>), divulgação que contribuiu para a presença de alguns profissionais da área na nossa plateia, como a Rita Braga (Brand Manager na Media Capital Rádios).

- o Participação em dois congressos internacionais.



Athens Institute for Education and Research
A World Association of Academics and Researchers

2.1. Estivemos presentes na 6th Annual International Colloquium on Branding, que decorreu de 31 de Julho a 2 de Agosto, em Atenas, na qual apresentámos a comunicação: 'The identity reflection of clothing and footwear brands'.

ICMD¹⁸

2.2. Também participámos no International Conference on Marketing and Design, evento que se realizou nos dias 18 e 19 de Outubro, em Faro. Apresentámos a comunicação: 'Determinant factors in the construction of the identity of young adults through the consumption of clothing and footwear brands'.

- o Publicação de dois artigos em revistas internacionais

3.1. O nosso paper foi aceite para ser publicado num *open access journal* referente ao ICMD (o processo ainda se encontra numa fase inicial, pelo que ainda não detemos mais informações. Apenas fomos notificados da aceitação do nosso artigo para publicação).

Estamos a aguardar uma decisão editorial e a finalizar um terceiro paper, o qual submeteremos a uma outra publicação internacional.

○ **Objetivos atingidos (500 palavras)**

Atingimos as metas propostas para os pontos 1 e 2, em 2018, e, até ao momento, cumprimos metade dos objetivos que tínhamos estabelecido no ponto 3 (ainda que aguardemos uma decisão editorial e nos encontremos a finalizar um outro artigo).

○ **Indicadores**

Indicadores de Realização Física

Indicadores	Quantidade realizada
A - Publicações	
Livros e capítulos de livro	
Artigos em revistas internacionais	1
Artigos em revistas nacionais	
B - Comunicações	
Comunicações em encontros científicos internacionais	2
Comunicações em encontros científicos nacionais	
C - Relatórios	
D - Organização de seminários e conferências	1
E - Formação avançada	
Teses de Doutoramento	
Teses de Mestrado	
Outras	
F - Modelos	
G - Aplicações computacionais	

H - Instalações piloto	
I - Protótipos laboratoriais	
J - Patentes	
L - Outros	

o Lista de Publicações, eventos e outros Outputs científicos

Julho de 2018: Apresentação da comunicação <i>The identity reflection of clothing and footwear brands, 6th Annual International Colloquium on Branding</i> , Atenas.
Outubro de 2018: Apresentação da comunicação <i>Determinant factors in the construction of the identity of young adults through the consumption of clothing and footwear brands, International Conference on Marketing and Design</i> , Faro.
Outubro de 2018: Organização e participação na conferência <i>Let's Talk About: Brand Relevance</i> , Lisboa.