Carta aos Editores

Rio de Janeiro, 06 de julho de 2021.

Prezados Senhores,

Os autores declaram que o presente artigo é inédito, embora tenha sido publicado nos anais e apresentado no congresso AdCont 2019.

O mesmo enquadra-se na linha de pesquisa do comportamento do consumidor e seus impactos em marketing, com foco em uma abordagem qualitativa, ligado à teoria do comportamento de consumo, inspirado em uma visada cultural no qual utilizou-se do modelo teórico do Circuito da Cultura de Du Gay et al. (2003).

Atenciosamente,

Os autores