

O objetivo do Projeto “Fluxo Publicitário: estratégias da produção publicitária, anúncios e apropriações pelos consumidores” é entender I) as práticas de consumo e de recepção da comunicação publicitária de produtos de higiene pessoal e beleza; II) as marcas destes produtos e sua publicidade; e III) as estratégias de produção adotadas pelos publicitários. A questão desenvolvida nesta Etapa (I), consiste em compreender as práticas de consumo de produtos e a apropriação de marcas e da publicidade feita pelos consumidores. Como procedimentos preparatórios para a coleta de dados, foram desenvolvidos os instrumentos de pesquisa, seguidos de seu estudo piloto e aprimoramento, bem como a definição das unidades de pesquisa (de acordo tanto com o universo de produtos quanto ao perfil dos informantes). Para isso, adotou-se o método qualitativo e optou-se pela técnica de entrevista individual semi-estruturada. Como resultado parcial, obteve-se a primeira versão do instrumento de pesquisa, composto por tópicos que exploram as etapas do processo de consumo, a preferência por marcas e a recepção da publicidade de produtos de higiene pessoal e beleza; a qualificação deste numa segunda versão, incluindo técnicas projetivas visuais, sendo esta versão também testada e concluída; e, através de pesquisa com dados secundários, definiu-se o universo de estudo em relação aos produtos de higiene pessoal e beleza, caracterizados pelos que oferecem maior o investimento publicitário, quanto para a eleição das unidades de pesquisa, com base na classificação de renda e poder de compra. Visto que esta pesquisa está em andamento, tais resultados fornecem os subsídios necessários para a continuação desta Etapa I (realização da coleta, descrição e análise de seus dados) , bem como a posterior execução das demais etapas do Projeto.