

044

**MÉTODOS DE PESQUISA EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.** *Diego Costa Pinto, Carlos Alberto Vargas Rossi (orient.) (UFRGS).*

O núcleo do projeto de pesquisa apresentado no presente artigo é método. A fim de pesquisar diferentes métodos de pesquisa em comportamento do consumidor, assim como seus efeitos, a abordagem multi-métodos foi um desdobramento natural. Neste sentido, foram realizados três pares de pesquisas sobre três diferentes temas de comportamento do consumidor: motivação para a compra, consumo do luxo e self estendido. Os resultados destes estudos, gerados pela abordagem multimétodos, evidenciam a adição de complementaridade de descoberta a investigações sobre tais temas, o que configura o potencial das pesquisas multi-metodológicas sobre a compra e o consumo. Por outro lado, identifica-se que, mesmo com a ampliação de abordagens investigativas, o acesso às causas dos comportamentos dos consumidores permanece sendo um desafio. A chamada pergunta íntima, reveladora dos reais motivos que ocasionam o comportamento manifesto, continua a requerer abordagens metodológicas mais profundas. Surge, neste momento e neste contexto, a oportunidade para a utilização do método psicanalítico na pesquisa do consumidor. Este é o ponto aonde chega este artigo, que propõe uma pesquisa de fundo psicanalítico como seqüência aos três mencionados pares de estudos já realizados. (PIBIC).