



Evento	Salão UFRGS 2013: SIC - XXV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2013
Local	Porto Alegre - RS
Título	Receptor-consumidor e o fluxo publicitário: estratégias de apropriação e uso
Autor	JANYCE PINTO QUINES
Orientador	ELISA REINHARDT PIEDRAS

No contexto do Projeto de Pesquisa “Fluxo Publicitário: estratégias de produção publicitária, anúncios e apropriações pelos consumidores”, investigamos a comunicação persuasiva como um processo, pautado por práticas de diferentes sujeitos. O objetivo é compreender esse fenômeno mobilizado por um fluxo de anúncios disseminados através de diversas plataformas, no qual produtores-publicitários e receptores-consumidores operam estratégias e táticas.

A fundamentação teórica deste trabalho filia-se aos estudos culturais, complementados por estudos sobre o consumo. Em termos metodológicos, a pesquisa é exploratória, qualitativa e reúne dados observacionais e documentais.

Os resultados do Projeto, cruzando suas três etapas e objetos (receptores-consumidores; marcas e anúncios; produtores-publicitários), revelam, entre outros aspectos, as ambiguidades do sujeito receptor-consumidor.

Diante do fluxo publicitário ofertado, as apropriações remetem à seleção de anúncios, lembrança de suas narrativas, identificação das marcas que eles divulgam, leituras variadas, coincidentes ou resistentes. Paralelamente, as práticas de consumo e uso dos bens anunciados também são alvo de um complexo processo de seleção, pesquisa, preferência, recompra ou experimentação impulsiva.

A intersecção das práticas de receptor e consumidor é pontual e indica caminhos trilhados por estratégias publicitárias bem sucedidas, as quais cabe destacar. Para, além disso, discutimos a diversidade de apropriações e usos do fluxo publicitário, contrapondo os olhares do receptor-consumidor aos anúncios e promessas lançadas pelos publicitários.