

Projeto de Pesquisa			
Nome:	A Mídia e a busca epistemológica focada numa sociedade em transformação	Curso:	Comunicação Social
Prof. Orientador:	Profª Leila Mendes	Matrícula:	223425
Unidade:	Botafogo	Data:	Agosto 2015

1- Tema

Como a Mídia, de forma geral, e os meios de comunicação, em particular, estão se adequando às mudanças provenientes de um novo modelo brasileiro de estratificação social e às posturas decorrentes do acesso maior à informação por parte das classes menos favorecidas.

2- Delimitação do tema

Foco no encadeamento comportamental entre a Mídia e a chamada Nova Classe Média brasileira e os desdobramentos resultantes dessa relação no contexto de uma sociedade contemporânea.

3- Problema

Um questionamento sempre presente em relação ao papel da Mídia no cenário de uma sociedade é o de tentar entender qual seria a sua real e verdadeira função: informar, entreter ou manipular. Há décadas essa questão vem sendo debatida por entidades que estudam o poder e a influência da Mídia, principalmente no que diz respeito ao segmento da população com menor poder aquisitivo e, hipoteticamente, com menos acesso à informação. Seria correto afirmar que a nova Classe C está escrevendo uma nova história social no Brasil? Teria essa classe a capacidade de mudar as estratégias de desenvolvimento e de comunicação das marcas e, mais do que isso, ela teria potência suficiente para alterar o *status quo* do modelo de comunicação adotado pela Mídia há tantos anos?

4- Objetivos

- . Examinar quais seriam as plausíveis consequências dessa influência bilateral entre a Mídia e a Nova Classe C e os factíveis efeitos colaterais relacionados às questões políticas, econômicas, sociais e comportamentais dessas duas esferas analisadas.
- . Investigar até que ponto a Internet e as mídias sociais vêm contribuindo para que essas mudanças de cenário estejam ocorrendo.
- . Analisar os possíveis impactos positivos e/ou negativos que essas mudanças de cenário podem trazer para os meios de comunicação, para os anunciantes e, conseqüentemente, para a sociedade como um todo.

5- Justificativa

É notório o reconhecimento de que mudanças expressivas estão ocorrendo no ambiente sócio-econômico brasileiro. Presume-se que essas mudanças afetam sob variados aspectos alguns setores estruturais da sociedade, principalmente no que tange ao contexto mercadológico. Sendo assim, o interesse em desenvolver esse projeto de pesquisa é o de contribuir na identificação dos fatores que vêm corroborando para a mudança de alguns paradigmas associados à forma como a Mídia e os meios de comunicação se relacionam com a sociedade, investigando até que ponto a nova classe média teria voz, poder e força para provocar uma mudança tão significativa de cenário.

6- Metodologia

A pesquisa a ser adotada será de caráter exploratório, elaborada com base em estudos bibliográficos, artigos jornalísticos, casos de mercado, além de pesquisas elaboradas por órgãos oficiais. Seria enriquecedor para o trabalho considerar um viés analítico sobre o comportamento da população residente em comunidades carentes, tendo como escopo alguma grande favela da cidade do Rio de Janeiro, entendendo que essa informação possa contribuir como modelo representativo desse nicho da sociedade e, conseqüentemente, servindo de entendimento extensivo ao tema do projeto.

[illegible]

9 – Referências

Bibliográficas

NERI, Marcelo. A Nova Classe Média: o lado brilhante da base da pirâmide. São Paulo: Editora Saraiva, 2009

POCHMANN, Marcio. Nova classe média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira. Boitempo Editorial. 2013

NETO, Angelo Franzão. Midialização: O Poder da Mídia. Editora: NOBEL. 2012

ADLER, Richard P. A Conquista da Atenção. Editora: NOBEL. 2010

VERONEZZI, Jose Carlos. Mídia de A a Z – 3ª edição. Editora Pearson. 2010

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. UMA HISTORIA SOCIAL DA MIDIA: DE GUTENBERG A INTERNET. Editora: Zahar. 2011

Sites, Artigos e Matérias

NAKAMURA, Danilo Chaves. Nova classe média? Buscando respostas num velho debate sobre os limites do capitalismo – Artigo. Salvador, 2012.
<http://www.boitempoeditorial.com.br/v3/News/view/1954>

Revista Exame. Classe C
<http://exame.abril.com.br/topicos/classe-c>

DUALIBI, Julian & BORSATO, Cintia. Como a Classe C empurra o crescimento. Revista Veja. São Paulo, n. 13, Ed 2054, p.82-89, Abril 2008.
http://veja.abril.com.br/020408/p_082.shtml

Classe C influencia mudança da mídia
http://institucional.casasbahia.com.br/imprensa_noticias/classe-c-influencia-mudanca-da-midia/

A Mídia da Classe C
<http://grupodemidiarj.com.br/noticias/a-midia-da-classe-c/>

Origens e desafios da Nova Classe Média Brasileira
http://www.sae.gov.br/novaclassemidia/?page_id=58

O Maior Fenômeno Sociológico do Brasil: a nova classe média
<http://www.escoladegoverno.org.br/artigos/209-nova-classe-media>

Vídeos

Jornal da Record .A nova classe média

<https://www.youtube.com/watch?v=h29bug2ljsM>

<https://www.youtube.com/watch?v=9TSU2sYz9gs>

<https://www.youtube.com/watch?v=DvFkunr27jk>

<https://www.youtube.com/watch?v=h0FuL4rbUdI>

<https://www.youtube.com/watch?v=mjcoLWDkc3k>

<https://www.youtube.com/watch?v=1eFNYdN2Lp4>