

APÊNDICE B – MODELO DE PROJETO DE PESQUISA DO PROFESSOR

Projeto de Pesquisa		FACHA	
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:	2021

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.

7- Resumo do projeto para internet

O interesse em desenvolver este trabalho é o de investigar, examinar e tentar compreender, através de um estudo exploratório e analítico, as transformações que estão ocorrendo no cenário social e mercadológico brasileiro, tendo como escopo principal dois focos de análise: a Mídia, enquanto reconhecido instrumento de influência sobre a sociedade versus a nova Classe C, que parece emergir da condição de influenciada para ocupar o papel de influenciadora dessa mesma Mídia. A pesquisa pretende mostrar os movimentos que cada um desses dois lados em questão vêm fazendo para tentar sobreviver às mudanças iminentes, concretas e rápidas, e que, ao que parece, vieram pra ficar. Segundo o Instituto Data Popular, a Classe C brasileira é composta por 52% da população, e a expectativa é de que esse perfil continue crescendo e que chegue a 57% em 2022. Segundo previsões do mesmo Instituto, se a Classe C brasileira fosse um país, estaria em 18º lugar no G20 de consumo mundial. Esses números expressivos estimulam e, mais do que justificam o desenvolvimento desse projeto de pesquisa, na medida em que este tema pode ser de grande utilidade para os interessados em mergulhar com maior profundidade no assunto.

8 - Cronograma de Pesquisa

ATIVIDADES	2015					2016					
	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Inscrição do Projeto											
Discussão do tema											
Reuniões de trabalho											
Leituras direcionadas											
Desenvolvimento do projeto											
Entrega do resumo do artigo											
Envio do projeto para revisão											
Entrega do artigo definitivo											
Jornada de Iniciação Científica											





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 debatesobre 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. RevistaVeja. 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=h29buq2ljsM>

<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>

