

O PODER DO MARKETING NO REALITY SHOW

Autor(res)

Nei Mendes Brisotti
Rafaela De Souza Leite

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE SÃO PAULO

Resumo

A grande influência do Big Brother Brasil na realidade do telespectador visto que o reality show a cada ano que passa ganha mais força com o seu público assistinte, no despertar o poder de compra e na identificação com cada participante, viabilizou a elaboração deste projeto de pesquisa para entender quais as vertentes de influência que o programa estimula desde sua primícia. A análise irá apresentar qual o possível motivo que o Big Brother Brasil apresenta tamanha autoridade em meio ao público, sendo esta uma das causas de grande busca por parte de grandes marcas, e quais os efeitos causados na audiência que a cada ano passa a se envolver mais com o programa. Sendo o resultado desta apresentar como um indivíduo é conduzido e persuadido sem em muitos casos perceber, e quais os efeitos que o reality show pode ocasionar em seu público, transparecendo os benefícios e malefícios na atual conjuntura.