

COMUNICAÇÃO SEGMENTADA AO PÚBLICO CRISTÃO

LOURENÇO, Sarah Nathália Santos (autor) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.
REZENDE, Vera Lucia Guimarães (orientador) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

Nas últimas décadas, o percentual de evangélicos no Brasil tem crescido significativamente. Segundo dados do IBGE (2012), os fiéis somam hoje 22,2% da população brasileira. Um levantamento de 2012 pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) constatou que o mercado consumidor gospel cresce 14% ao ano, movimentando R\$ 12 bilhões. Tais números são indicadores da inserção ativa de um público com demandas específicas, inclusive por conteúdo jornalístico adequado à sua orientação religiosa. Para esta pesquisa, buscou-se compreender as demandas do segmento de jovens evangélicas de perfil menos conservador dispostas a consumir produtos e conteúdo feito especialmente para elas. Buscou-se compreender os seus interesses visando o desenvolvimento de uma revista feminina que atenda o segmento das garotas cristãs que buscam informação de qualidade, dentro de seu cotidiano. Para isso, foi necessário percorrer, do ponto de vista teórico, a história das revistas femininas, e entender o que é segmentação. Para traçar o perfil do público alvo e compreender a demanda das informações jornalísticas, foi realizada pesquisa quantitativa online com mulheres de diferentes localidades do país. Os resultados serviram para delinear os assuntos e a abordagem presentes na revista. Luna será uma publicação digital de conteúdo dirigido ao público de jovens garotas evangélicas, de 16 a 22 anos sem pertencer a uma única igreja ou denominação. Com linguagem jovem e divertida e design atrativo, abordará de maneira personalizada, assuntos relacionados ao convívio de seu público.

Palavras-chave: Revista. Garotas Evangélicas. Revista Feminina.

REFERÊNCIAS:

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. Imprensa Feminina. São Paulo: Ática, 1990.

DIAZ BORDENAVE, Juan E. O que é comunicação. 1 ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.

SCALZO, Marília. Jornalismo de revista. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

VILLAS BOAS, Sérgio. O estilo magazine: o texto em revista. São Paulo. Editora: Summus Editorial, 1996.