

COMUNICAÇÃO SEGMENTADA AO PÚBLICO CRISTÃO: UM NICHOS A SER EXPLORADO

LOURENÇO, Sarah Nathália Santos (autora) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

REZENDE, Vera Lucia Guimarães (orientadora) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

Os evangélicos somam 22,2% da população Brasileira segundo dados do IBGE de 2010. Uma pesquisa feita em 2012 pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) constatou que o mercado consumidor gospel cresce 14% ao ano, movimentando R\$ 12 bilhões. Entre esse público estão as jovens evangélicas de perfil menos conservador, dispostas a consumir produtos e conteúdo feito especialmente para elas. A audiência das digital influencers evangélicas tem crescido de forma significativa. Um exemplo disso são Youtubers como Fabiola Melo (Assembleia de Deus) e Fabiana Bertotti (Adventista do Sétimo Dia) que possuem juntas mais de um milhão de seguidoras. A demanda por conteúdo para este segmento é alta, o que sugere que existe um nicho de mercado ainda a ser explorado. Este trabalho propõe um estudo sobre este quadro, visando um diagnóstico para viabilizar a elaboração de uma publicação cristã que leve informação, entretenimento, cultura e moda para jovens mulheres evangélicas. A produção da revista Garota de Fé pretende suprir a carência desse tipo de publicação no mercado editorial. A fé cristã e os dogmas de suas igrejas norteiam a vida comportamental dessas moças, e revistas tradicionais como Capricho e Glamour, ambas com grande aceitação pelo público não evangélico, não levam em consideração tais princípios, deixando uma lacuna na comunicação direcionada para este público. Para delimitar o perfil do público alvo e os assuntos a serem abordados na revista, serão distribuídos questionários para a realização de pesquisa quantitativa, que aponte aspectos relevantes para as futuras leitoras da revista. Garota de Fé será uma revista 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, abordará questões sérias e também divertidas.

Palavras-chave: Revista. Moda. Jovens Evangélicas.

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.