



Revista Estilo Iguatemi¹

Bettina Schünke²

Lucianne Lourega³

Marluci Stein⁴

Laura Glüer⁵

Centro Universitário Metodista, do IPA, Porto Alegre, RS

Resumo

Revista institucional desenvolvida na cadeira de Assessoria de Imprensa II, ministrada pela Prof^a Msc. Laura Glüer. É uma revista de variedades com entrevistas, reportagens e notas distribuídas nas seguintes editoriais: novidades, lançamentos, gastronomia e meu estilo. Com uma linguagem moderna e arrojada a revista busca transmitir o conceito de movimento através de seus textos. É o estilo do shopping Iguatemi colocado em uma revista.

Palavras-chave:

Shopping Iguatemi Porto Alegre; Revista Institucional; Assessoria de Imprensa; Estilo Iguatemi.

Introdução

Devido a incessante necessidade de as empresas aproximarem-se cada vez mais de seus públicos, a comunicação vira também fator estratégico nesta tentativa de aproximação. A criação de um veículo de comunicação institucional, portanto, vai além do simples fato de noticiar ações e novidades, ele busca a interação com os *stakeholders*, fazendo com que a empresa/organização ganhe também mais credibilidade e confiança com eles. De acordo com Marília Scalzo, uma revista possui três características: a primeira é a especialização, pois cada uma possui um tipo público bem definido e deve ser feita para falar com essas pessoas e trazer um projeto editorial e gráfico condizente com suas expectativas. A segunda é o próprio formato, o cuidado com a imagem, um maior apuro gráfico, papel e impressão melhores. A terceira, finalmente, é a periodicidade. As revistas jornalísticas semanais, por exemplo, se diferenciam dos jornais impressos por aprofundar mais o assunto e por dar mais espaço para o estilo individual do escritor. Em

¹ Trabalho apresentado ao Expocom, na categoria Jornalismo, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, com ênfase em Gestão da Comunicação do Centro Universitário Metodista, do IPA. E-mail: btina@gmail.com.

³ Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, com ênfase em Gestão da Comunicação do Centro Universitário Metodista, do IPA. E-mail: lulourega@yahoo.com.br.

⁴ Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, com ênfase em Gestão da Comunicação do Centro Universitário Metodista, do IPA. E-mail: marlucistein@yahoo.com.br.

⁵ Professora Mestra e orientadora do trabalho. E-mail: laura.gluer@metodistasul.edu.br



nosso caso, a Revista Estilo Iguatemi, buscamos unir estas três características para atingirmos de forma convincente os nossos principais objetivos e fazer com que ela se fixe no mercado como uma forma de também pautar a imprensa na divulgação das ações do shopping.

Objetivos

A revista institucional foi criada com o objetivo de ser uma importante ferramenta de comunicação do Shopping Iguatemi Porto Alegre com seus *stakeholders* (clientes, lojistas, fornecedores e imprensa) afim de divulgar as principais ações e novidades do shopping e de seus lojistas.

Justificativa

A Revista Estilo Iguatemi, produzida pelas alunas do 7º semestre da disciplina de Assessoria de Imprensa II é de fundamental importância para dar sustentabilidade ao projeto pedagógico do curso de Jornalismo do Centro Universitário Metodista, do IPA, que tem como foco principal a Gestão da Comunicação. A proposta da disciplina foi que os alunos produzissem uma revista institucional de uma empresa, acompanhando todos os processos, desde a primeira reunião com o “cliente” até a revisão final do projeto. As alunas encararam o desafio de produzir a revista para o Shopping Iguatemi Porto Alegre, o segundo maior da região Sul do país, com 25 anos de tradição na capital gaúcha e mais de 300 lojas. Apesar destes fatores, o shopping ainda não possuía um veículo de comunicação que “falasse” com o seu público-alvo.

Métodos e Técnicas Utilizados

A Revista Estilo Iguatemi foi produzida ao longo de um mês. Primeiro escolhemos o Shopping Iguatemi como nosso cliente, visto que o shopping ainda não possuía um veículo de comunicação externo e depois entramos em contato com o marketing do shopping para mostrar o projeto e saber quais seriam as novidades e ações previstas para aquele bimestre. Foram feitas também reuniões com a Assessoria de Imprensa do shopping para buscar algumas informações e contatos de lojistas. Participamos de eventos, como a Parada Natalina e abertura de lojas, para poder reproduzir na revista.



Durante este período as alunas reuniram-se para pensar o projeto gráfico, revisar textos e fotos, bem como fazer orçamentos para impressão. Todo o trabalho teve a orientação da professora da disciplina, que conduziu o processo de produção, bem como o de avaliação final do projeto.

5 Descrição do Produto

A Revista Estilo Iguatemi foi pensada para ser um veículo de jornalismo impresso, com 12 páginas coloridas em formato tablete, papel couchê, com uma tiragem de 20 mil exemplares e com periodicidade bimestral. Ao ser aceita pelo cliente, a revista passaria, então a ser disponibilizada também no site do shopping. É composta pelas editorias: novidades, lançamentos, gastronomia e meu estilo.

6 Considerações

A Revista Estilo Iguatemi ainda é um projeto, entretanto, reuniões já estão sendo feitas para que a revista deixe de ser apenas uma ideia e passe a ser o veículo de comunicação do Shopping Iguatemi Porto Alegre e que seja distribuída para um mailing de clientes e imprensa, além de totens com a revista no shopping.

Referências bibliográficas

- BOAS, Sergio Vilas. **O estilo magazine - texto em revista**. São Paulo : Summus, 1996.
COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**. São Paulo : Ática, 1993.
SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. SP: Contexto, 2003.