

Calendário Promocional e Ação Social: Três Cases Extensionistas entre Publicidade e Pátio Shopping Chapecó¹

Jacira Souza Medronha²

Laura dos Santos Saccardo³

Nicolas Antonio Pereira Duarte

Julia Lopes Foresti

Natália Schuh Both

Isadora Zatti Pires

Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, SC

RESUMO

Desenvolver e liderar estratégias de comunicação multicanal que promovam a visibilidade e a ativação de ideias alinhadas aos interesses do público. Essa abordagem serviu como base para três projetos extensionistas de parceria entre academia e shopping center: o Dia do Abraço, o Pátio Geek e o Pátio + Verde. Cada iniciativa integrou princípios de ativação de marca, omnicanalidade e solidariedade, impactando mais de 30 mil pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: extensão universitária; ABEx; omnicanal; publicidade; ação de oportunidade.

Introdução

Desde 2018, a proposta de curricularização da extensão para os cursos superiores acrescentou um novo desafio à formação profissional. Com a adaptação dos projetos pedagógicos, começou a surgir uma compreensão mais aprofundada das oportunidades de aproximar a academia, a comunidade e o mercado de trabalho — ultrapassando a visão de que apenas 10% da carga horária do curso fosse suficiente para promover esses vínculos.

¹ Trabalho apresentado na Jornada de Extensão, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Publicitária, Mestre em Educação, Professora e Coordenadora do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, email: medronha@unochapeco.edu.br

³ Estudante de Graduação, 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó.

Na Unochapecó, a formação extensionista passou a ser amplamente discutida nos componentes denominados Aprendizagem Baseada em Experiência, ou ABEx, que propõe a resolução de problemas complexos e a ciência colocada em prática, de forma que os alunos têm aprendizagens mais significativas, pois observam o conhecimento em ação (Unochapecó, 2023).

Outro ponto que diferencia as ABEx é o constante entrelaçamento entre habilidades e competências técnicas e específicas e as habilidades comportamentais e sociais. Essa abordagem exige estabelecer conexões com conhecimentos pré-adquiridos, promover o protagonismo acadêmico, estimular a inovação e fortalecer vínculos com o mercado, profissionais e organizações do segmento. Por fim, ressalto que um aspecto fundamental desse tipo de componente para os estudantes é o amadurecimento na gestão de equipe e do tempo, pois todas as ações devem ser iniciadas e concluídas dentro do mesmo período letivo.

Seguindo esta linha, os relatos extensionistas tiveram origem na disciplina ABEX V: Comunicação Omnichannel, ministrada no quinto período, que em 2024/2 realizou sua segunda edição em parceria com o cliente Pátio Shopping Chapecó. Foram elencados três datas do calendário promocional: Dia do abraço (22 de maio), Dia do Orgulho Nerd (25 de maio), Dia Mundial do Meio Ambiente (05 de junho).

Metodologia

O componente ABEx V - Comunicação Omnichannel apresentou três grandes desafios: o planejamento de uma estratégia integrada, envolvendo diferentes canais, a realização de reuniões de equipe para aprovação das etapas com um cliente real, além da gestão orçamentária (cada grupo recebeu limite de oito mil reais para investir). Durante a elaboração dos briefings, o cliente enfatizava que a proposição precisava estar alinhada com o propósito da marca, criar uma experiência relevante para o cliente, produzir peças de comunicação para mídia indoor e digital, e gerir criatividade versus financeiro da campanha, além do tempo de entrega junto aos fornecedores de forma plausível para a implementação das ações. Uma vez que qualquer alteração nos espaços

do *mall* do *shopping center* deveria ser gerenciada no período das 22h às 10h, garantindo organização e eficiência nos processos.

A atividade começou com a visita do cliente à universidade para apresentar o Pátio Shopping Chapecó e os três pedidos de trabalho. Sob o olhar atento dos estudantes, a primeira impressão foi desafiadora, pois o shopping possui mais de 10 anos de atuação na região, está extremamente consolidado e seus números são impressionantes: mais de 120 lojas, incluindo âncoras, semi-âncoras, megalojas, praça de alimentação e cinema. Seu impacto potencial abrange cerca de 1 milhão de habitantes, com um único final de semana chegando a atingir 30 mil pessoas circulantes.

O Shopping Pátio Chapecó possui um calendário de eventos e ações bastante intenso e com objetivos diferentes a cumprir. Em média a cada 3 dias uma ação de ativação deve ocorrer. Para não conflitar interesses o planejamento e organização interna está pautado em 3 eixos: Ações Principais com datas tradicionais do varejo, Ações Secundárias envolvendo o calendário diretamente promocional e, por último, Ações de Oportunidades que são criadas a partir de datas não usuais para o varejo e/ou entidades. Diante deste cenário o componente de ABEX V foi inserido neste último grupo, ações sociais com possibilidade de parceiros externos, mas tendo o shopping como cliente.

Resultados e discussão

A primeira ação extensionista teve um cunho afetivo, com o dia 22 de maio sendo dedicado ao Dia do Abraço. O objetivo principal da ação foi proporcionar uma experiência acolhedora ao público. Para isso, o evento buscou criar um ambiente aconchegante, de modo que os visitantes se sentissem abraçados pelo próprio shopping. Além disso, a iniciativa ofereceu a oportunidade de fotos instantâneas, acompanhadas de mensagens de carinho. Todos aqueles que demonstraram sensibilidade durante a abordagem receberam biscoitos da sorte personalizados, embalados com a frase “Abraça sua sorte”. A ação contou com a parceria dos prestadores de serviço Brisa Multi Service, Quintal Biscoiteria, João Paulo Festas e Gráfica Quattronove.

Diante da proposta da ação, foi necessário pesquisar iniciativas semelhantes, pois essa data nunca havia sido comemorada pelo Pátio Shopping Chapecó. Era fundamental criar uma atmosfera calorosa, convidativa e que incentivasse a participação sem ser invasiva. Assim, o Dia do Abraço foi apresentado como uma oportunidade de promover abraços virtuais, distribuídos pelo Instagram, e, paralelamente, no ambiente físico, por meio de registros em uma cabine fotográfica instalada em um espaço instagramável criado para a ocasião. Foram distribuídos mais de 500 biscoitos "Abraça sua sorte" e aproximadamente 1.000 pessoas fizeram seu registro de imagem. O aspecto mais impactante da ação foi que alguns participantes pediam "abraços reais", o que demonstra como as pessoas estão carentes, precisando de atenção e afeto em suas experiências.

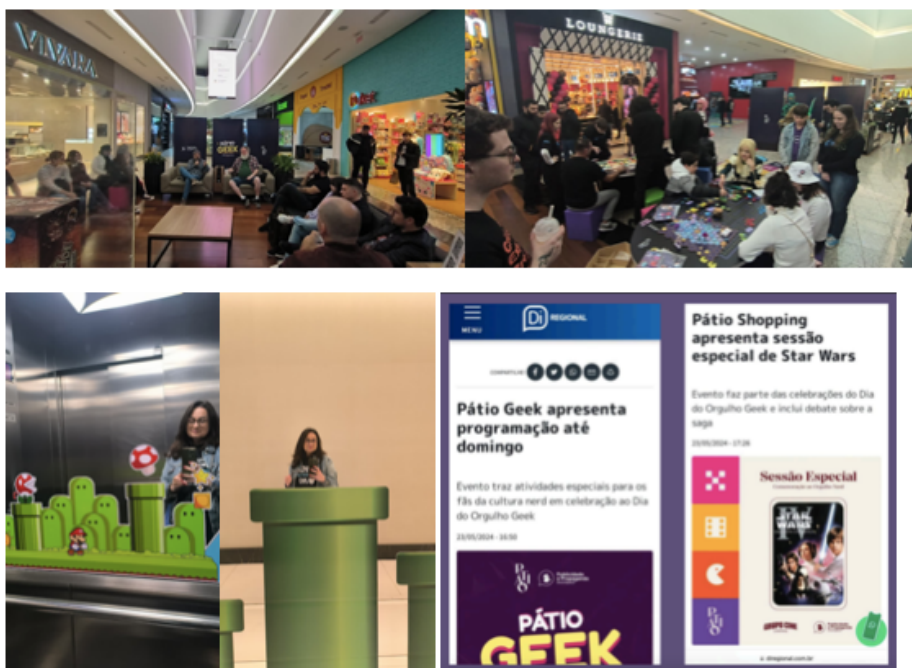


Já o segundo momento extensionista exigiu da equipe de acadêmicos maior força, porque o cliente definiu quatro dias de ativação no *mall*. O cliente já havia trabalhado em outros momentos com o Dia do Orgulho Nerd, mas não havia um nome institucional. “Pátio Geek” foi o *naming* criado para ação e, deste ser a base para os eventos seguintes. Tendo o dia 25 de maio como oficial, a ação de oportunidade se estendeu de quinta à domingo.

O diferencial do Pátio Geek foi o planejamento, porque eram muitos pontos de atenção, precisava gerar apelo da mídia e nas redes sociais, criar um ambiente espontânea para os clientes participarem, ser inovador na proposta para diferenciar de ações anteriores e os colaboradores lojistas deveriam querer fazer parte.

A ação contou com atrações simultâneas, dentre elas: Espaço Geek, Debate sobre o Mundo Geek e sobre o universo de Star Wars, e, para criar uma conexão entre esses tópicos, foi realizada exibição no cinema do primeiro filme “Star Wars: Episódio IV - Uma Nova Esperança”, de 1977 em versão legendada, após a sessão houve debate com pesquisadores e o público. Nos demais dias foram disponibilizados jogos de tabuleiro em parceria com o curso de Design da Unochapecó e Encontro de Cosplay,. Para atender a demanda de comunicação, peças digitais, release para imprensa e mídia indolor foram utilizadas. O destaque foram as potagens nos elevadores e espelhos que convidavam as pessoas a fazer imagens e publicar nas redes sociais.

Floor Door e adesivação no elevador do shopping onde os visitantes poderiam tirar fotos.



Por fim, o Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado em 5 de junho, apresentou mais um desafio: realizar uma ação ambiental com o objetivo de conscientizar as pessoas presentes sobre práticas sustentáveis e educação ambiental. Essa iniciativa também era inédita, e surgiu o nome institucional Pátio + Verde. O planejamento priorizou a reciclagem, em parceria com a Unimed Chapecó e Orbenk, convidando todos a contribuírem com materiais recicláveis, como plástico (tampinhas de garrafa PET) e alumínio (lacs de latinhas), que foram depositados em duas urnas localizadas no espaço instagramável criado para a ação. Os materiais coletados foram

revertidos em recursos destinados a projetos sociais, como itens de acessibilidade, promoção de saúde, alimentação para pessoas carentes e ajuda aos animais.

Outro destaque do Pátio + Verde foi a distribuição de mais de 300 mudas de árvores nativas para quem quis falar sobre o tema e participar. O objetivo foi incentivar o plantio e a arborização urbana. A campanha incluiu um roteiro de mídia detalhado e materiais online, de 29/05 a 05/06, cobrindo desde a comunicação do conceito até a ativação no local. Com um orçamento de R\$ 6.000,00, foram produzidos materiais como backdrop, adesivos e urnas para reciclagem. Além disso, a campanha promoveu ativações para envolver a comunidade.



Para concluir destaco que as três ações extensionistas tendo o pátio Shopping Chapecó como cliente só foram possíveis à sinergia e responsabilidade social entre todos os envolvidos. A estimativa de público presencialmente atingido se aproxima a 35 mil pessoas, quase 20 mil reais investidos, mais de 30 peças produzidas e em todas ações, a imprensa local deu suporte.

REFERÊNCIAS

ANDRETTA, Cristiane. **Briefing Ações de oportunidade**. Pátio Shopping Chapecó, Chapecó-SC. Maio de 2024.

BRASIL. **Conselho Nacional de Educação. Resolução CNE/CES nº 7, de 28 de junho de 2018**. Dispõe sobre as Diretrizes Curriculares Nacionais do Ensino Médio. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/>. Acesso em: 10/05/2025

CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UNOCHAPECÓ. Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social - Hab. Publicidade e Propaganda. Chapecó-SC, 2020.