



ORGANIZADORES

**Fabio Frá Fernandes
Marcela Guimarães e Silva
Camila Rodrigues Pereira**

PREFÁCIO

Eduardo Zilles Borba

COMUNICAÇÃO **CRIATIVA** NAS ORGANIZAÇÕES

Insights e Estratégias

ARCO
EDITORES

UFRGS
FABICO

GPAC | **10**
grupo | processos e práticas
de inovação | anos
pesquisa | ciência e cultura



COMUNICAÇÃO **CRIATIVA** NAS ORGANIZAÇÕES

Insights e Estratégias

ORGANIZADORES

Fabio Frá Fernandes
Marcela Guimarães e Silva
Camila Rodrigues Pereira

PREFÁCIO

Eduardo Zilles Borba

AUTORES

Camila Rodrigues Pereira
Elisa Lübeck
Fabio Frá Fernandes
Felipe Ríboli Zanotto
Karen Cristina Kraemer Abreu
Lana D'avila Campanella
Larissa Lima da Silva
Marcela Guimarães e Silva
Rafaella Tarragô
Thiago Depoi Stoll
Yasmin Portes Boeira



COMUNICAÇÃO **CRIATIVA** NAS ORGANIZAÇÕES

Insights e Estratégias

ORGANIZADORES

Fabio Frá Fernandes
Marcela Guimarães e Silva
Camila Rodrigues Pereira

ARCO
EDITORES


UFRGS
FABICO

GPAC
grupo de pesquisa
processos e práticas
nas atividades
criativas e culturais


10
anos

Copyright © Fabio Frá Fernandes e Marcela Guimarães e Silva, Camila Rodrigues Pereira, 2024
Copyright © GPAC - Grupo de Pesquisa Processos e Práticas nas Atividades Criativas e Culturais, 2024
Copyright © Arco Editores, 2024

Direção de Arte

Fabio Frá Fernandes

Capa, projeto gráfico e diagramação

Fabio Frá Fernandes
Felipe Riboli Zanotto
Larissa Lima da Silva
Yasmin Portes Boeira
Rafaella Tarragó

Imagens e elementos gráficos

Adobe Stock, Canva e Freepik

Revisão

GPAC – Grupo de Pesquisa Processos e Práticas nas Atividades Criativas e Culturais, 2024

Comunicação criativa nas organizações [livro eletrônico] :
insights e estratégias / organização Fabio Frá Fernandes,
Marcela Guimarães e Silva, Camila Rodrigues Pereira. --
Santa Maria, RS : Arco Editores, 2024.

PDF
Vários autores.
Bibliografia.
ISBN 978-65-5417-371-1

1. Comunicação organizacional 2. Criatividade - Técnicas
3. Estratégia de comunicação I. Fernandes, Fabio Frá. II.
Silva, Marcela Guimarães e. III. Pereira, Camila Rodrigues.

24-234173

CDD-658. 45

 10.48209/978-65-5417-371-1



Esta obra está licenciada com uma licença Creative Commons Atribuição–NãoComercial–SemDerivações 4.0 Internacional. Os termos desta licença estão disponíveis em:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

O conteúdo dos artigos é de inteira responsabilidade de seus autores, não representando completa ou parcialmente a opinião da editora ou dos organizadores deste livro.

Prefácio

Eduardo Zilles Borba

A inserção de **práticas extensionistas** nos currículos de graduação em território brasileiro, desde 2023, a partir de uma normativa do Ministério da Educação (MEC), tem gerado uma **série de oportunidades para a potencialização do diálogo entre sociedade e universidade.**

Obviamente, as ações de extensão sempre fizeram parte das instituições de ensino superior. Contudo, a sua presença como elemento fundamental da jornada curricular dos estudantes a tornou muito mais intensa, envolvente e significativa para a formação desses futuros profissionais.

No caso do curso de **Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Rio Grande do Sul** (UFRGS), onde no momento atuo como coordenador, a inserção de práticas extensionistas no currículo teve uma grande valorização com a criação de duas novas disciplinas: **Projeto Integrador em PP I** e **Projeto Integrador em PP II**. Nelas, os estudantes, os professores e as organizações da sociedade civil (convidadas a cada semestre) atuam de forma colaborativa na produção de conhecimento acerca da comunicação das marcas e, também, na elaboração de produtos criativos para essas organizações, sejam elas ONGs, entidades, fundações, escolas e além.

Quando o professor Fabio Frá Fernandes me procurou na sala da coordenação para falar da sua vontade de organizar um livro, uma cartilha ou algum tipo de material didático que pudesse entregar para a sociedade uma parte do trabalho desenvolvido na disciplina por ele lecionada – neste caso, Projeto Integrador em PP II, que une elementos de gestão da marca e produtos digitais – fiquei muito feliz com a iniciativa. Afinal de contas, se a disciplina por si só já realiza práticas de extensão, a consolidação deste exercício através da organização de uma obra a ser compartilhada com a comunidade em geral seria uma forma certa de consolidar o projeto e, com isso, valorizar ainda mais o papel da extensão na universidade.

É imperativo lembrar que a universidade não faz extensão para a sociedade, mas sim ela **faz extensão com a sociedade**. Esse processo colaborativo, coletivo e participativo é evidente nessa obra criada por diversas mãos. São práticas realizadas pelos estudantes de Publicidade e Propaganda da UFRGS, pelos pesquisadores e professores da UFRGS e do Grupo de Pesquisa Processos e Práticas nas Atividades Criativas e Culturais (GPAC/Unipampa) e, obviamente, pelas organizações da sociedade civil convidadas a participarem das atividades no semestre 2024/1. Além disso, essa obra intitulada **Comunicação Criativa nas Organizações: insights e estratégias** serve como uma cartilha para auxiliar diversas marcas gaúchas na sua retomada de atividades no mercado após as catastróficas enchentes que atingiram todo o Estado do Rio Grande do Sul.

Em suma, nesse material temos um terreno fértil para discussão, no qual a Comunicação e a extensão se encontram para compartilhar saberes. Parabenizo os organizadores e autores pela iniciativa e, aos leitores, ficam meus desejos de uma boa leitura!

Professor Eduardo Zilles Borba

Coordenador do curso de Publicidade e Propaganda da FABICO/UFRGS