

Mostra Unifor de Produtos Verdes: A Sustentabilidade Como Engrenagem da Extensão Universitária¹

Saulo Bazilio de ALENCAR²
Icaro Heron Ferreira da COSTA³
Luana Alves BESERRA⁴
Adriana Helena Santos Moreira da SILVA⁵
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente trabalho discorre sobre o evento Mostra de Produtos Verdes, projeto que visa estimular fatores como a sustentabilidade e a responsabilidade social a partir das idealizações da Extensão universitária da Universidade de Fortaleza. Seguindo o modelo upcycling, o evento tem como finalidade incentivar a inovação e o desenvolvimento sustentável na universidade diante das questões levantadas pelas empresas atuais em prol dos cuidados com o meio ambiente. Desse modo, se faz uma análise que busca compreender a relevância entre o diálogo de tais temáticas, e quais são seus benefícios para o corpo social e para o meio no qual estamos inseridos.

PALAVRAS-CHAVE: extensão universitária; sustentabilidade; produtos verdes; upcycling

INTRODUÇÃO

O Núcleo Integrado de Comunicação (NIC) é um projeto de extensão da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) fundado no ano de 2000, e que tem desde a sua criação, o propósito de ofertar aos alunos dos cursos de Cinema e Audiovisual; Jornalismo; Publicidade e Propaganda; e Eventos um ambiente experimental de estágio.

¹Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Estudante de graduação do 6º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, e-mail: saulobazilio@edu.unifor.br

³ Estudante de graduação do 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, e-mail: icaroheron@gmail.com

⁴Estudante de graduação do 4º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, e-mail: luanaalvesb@edu.unifor.br

⁵Orientadora do trabalho Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, e-mail: adrianahelena@unifor.br

Nele, os estudantes dos respectivos cursos mencionados assumem a responsabilidade de viver uma simulação fidedigna da rotina mercadológica, optando por alguma das mais diversas áreas que lá são oferecidas, e assim, desenvolvendo atividades próximas ao dia a dia profissional.

Sem qualquer tipo de fim lucrativo, o NIC busca constantemente realizar projetos comunicacionais mediante a orientação de gestores (que também são os professores das disciplinas dos cursos), para que desta maneira se instigue uma ligação entre a teoria e a prática dos ensinamentos aprendidos em sala de aula.

Atualmente, o NIC possui nove células em atuação, que são: agência de publicidade (Agência NIC), cujo objetivo é produzir e veicular campanhas publicitárias da própria universidade ou de organizações não governamentais, elaborando identidades visuais, planejamentos de comunicação, *redesign* de logos, entre outros; Foto NIC, responsável pela produção de coberturas fotográficas de eventos, e ensaios diversos relacionados a universidade; Rádio NIC, que realiza uma programação radiofônica tanto jornalística quanto musical voltada para a universidade; Mídia Interativa NIC, responsável pela criação de sites; Jornalismo NIC, redação jornalística experimental que produz matérias relacionadas a própria UNIFOR; Web TV NIC, que similar a célula de Jornalismo também realiza reportagens e entrevistas jornalísticas, contudo, voltadas linguagem exclusivamente virtual; Assessoria NIC, realizadora de projetos internos e externos voltados a uma assessoria de comunicação; Vibe NIC, responsável pela realização de ações a partir da metodologia de Design Thinking pelo campus universitário, e por fim o Eventos NIC, setor encarregado de planejar e realizar eventos dentro e fora da universidade das mais diversas temáticas.

Focando nas atividades do Eventos NIC, é interessante comentarmos que esta célula proporciona aos estudantes que nela estão inseridos a prática das mais diversas atividades ligadas a produção de eventos, como o planejamento, a aplicação gráfica, e a execução na prática de cerimônias sociais, culturais e técnico-científicos da Universidade de Fortaleza. Com isso, os estagiários aperfeiçoam constantemente suas competências profissionais a cada nova incumbência solicitada, e assim, vão adquirindo mais experiência enquanto não entram, de fato, no mercado de trabalho. O evento

referido neste trabalho trata-se de um projeto significativo para a formação humanística de alunos, professores e demais envolvidos em sua produção, pois tem como temática primordial a relevância das questões ambientais para a nossa sociedade.

Criada em janeiro de 1997, a Mostra Unifor Produtos Verdes vem sendo realizada desde o seu início no intuito de possibilitar aos alunos da disciplina Gestão Ambiental da UNIFOR a conviver com novas realidades do cenário mercadológico internacional diante das mudanças recorrentes da década de 1990, que trouxe ao mundo não apenas novas legislações quanto a preservação do meio ambiente, mas também, ações proativas que levaram indivíduos e empresas a obterem novos hábitos comportamentais necessários na busca por uma sociedade mais justa e responsável.

O projeto da mostra iniciou-se como uma avaliação da própria disciplina em que os alunos precisavam elaborar um produto referente a questões ambientais. Com o tempo, o exercício passou a ter mais visibilidade ao ser executado, e logo ganhou proporções cada vez maiores, se tornando evento conjunto entre os alunos da disciplina em parceria com o Eventos NIC, e que cujo propósito era o de expor a profissionais do mercado o conhecimento adquirido por esses estudantes. Por isso mesmo, resultados surpreendentes vêm sendo alcançados, na medida em que no semestre passado já se foi alcançada a 22ª edição da Mostra Unifor Produtos Verdes.

Diante das informações aqui mencionadas, o presente artigo se propõe em apresentar a relevância de um evento voltado aos cuidados com o meio ambiente diante de práticas sustentáveis, e de como isso se aplica positivamente nas empresas. A partir da gravação e transcrição de uma entrevista com o professor Albert Gradvohl veremos se é possível compreender como essa temática pode ser viável para estudos, e com detalhes entender como ocorre semestralmente a produção do evento em questão.

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

Desde o seu surgimento no ano de 1973, a Universidade de Fortaleza tem como diferencial o caráter de manter uma Extensão universitária ativa devido ao desenvolvimento dos seus mais diversos projetos ligados a âmbitos extensionistas. Dessa maneira, a universidade assim buscou segmentar sua estrutura acadêmica em

quatro grandes áreas do conhecimento em sua organização acadêmica, nomeadas como: Centro de Ciências da Comunicação e Gestão, Centro de Ciências Jurídicas, Centro de Ciências da Saúde e Centro de Ciências Tecnológicas.

As áreas anteriormente aqui descritas constituem os setores de controle dos cursos de graduação, programas de pós-graduação e também de extensão universitária, somando as relações entre Pesquisa, Ensino e Extensão, e que assim corroboram como pilares essenciais para a Unifor.

Ao buscarmos conceituar o termo Extensão, podemos ter em vista inúmeros autores que já discorreram sobre esta temática. Tomando de empréstimo as falas de Rodrigues *et al.* (2013) é possível dizer que:

A extensão surgiu na Inglaterra do século XIX, com a intenção de direcionar novos caminhos para a sociedade e promover a educação continuada. Nos dias atuais, surge como instrumento a ser utilizado pela Universidade para a efetivação do seu compromisso social. A construção do conceito de extensão tem como base persuadir a Universidade e a comunidade proporcionando benefícios e adquirindo conhecimentos para ambas as partes (RODRIGUES *et al.* 2013, p.142).

Somando a este conceito, podemos ainda ter como suporte a matéria do site brasileiro da Rede Nacional de Extensão (RENEX) referente a mesa-redonda ocorrida em dezembro de 2018 no 44º encontro do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras (FORPROEX)⁶, em que se foi debatido novas regulamentações voltadas a Extensão universitária em nosso país. Diante disso:

A Extensão passa a ser definida como: “atividade que se integra à matriz curricular e à organização da pesquisa, constituindo-se em processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa”. Com foco na atuação direta para com a comunidade externa, a Extensão pode ser desenvolvida nas modalidades de programa, projeto, cursos e oficinas, eventos, prestação de serviços. (RENEX, s/n).

⁶ Mais informações em:

<https://www.ufmg.br/proex/renex/index.php/noticias/170-mec-homologa-diretrizes-nacionais-da-extensao>

A existência da extensão universitária na Universidade de Fortaleza, então, viabiliza a inserção dos seus estudantes em exercícios voltados a práticas de ensino e de pesquisa, regidos por sua atuação enquanto fundação atuante em projetos voltados para a sociedade, afinal, Segundo Silva (2012, p. 52) ela “emerge como ferramenta a ser empregada pela universidade para a realização da sua proposta social e cultural e também como integradora de suas relações”.

De acordo com Nunes e Silva (2011) a partir das alegações do Plano Nacional de Extensão, ela ainda é fundamental no campo universitário por ser “o processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade (NUNES; SILVA, 2011, p. 120).

Desse modo, a relevância da extensão é, de fato, em prol da sociedade. Ela comprova que o ambiente acadêmico vai além da sala de aula, e pode expandir o conhecimento e a noção de responsabilidade social dos estudantes a partir de projetos e eventos culturais que fortaleçam esse andamento.

Sendo assim, a ideia de extensão está associada à crença de que o conhecimento gerado pelas instituições de pesquisa deve necessariamente possuir intenções de transformar a realidade social, intervindo em suas deficiências e não se limitando apenas à formação dos alunos regulares da instituição (NUNES; SILVA, 2011, p. 124).

Trazer a abordagem da sustentabilidade de algum modo para a extensão universitária é explorar um conteúdo necessário para o corpo social, tendo em vista sua importância enquanto ferramenta capaz de inserir alunos a agir em benefício de outros indivíduos e do ambiente em volta.

SUSTENTABILIDADE

Visto que a Mostra de Produtos Verdes é um evento pertencente aos projetos da extensão universitária da Universidade de Fortaleza, é interessante além da compreensão deste termo, como já feito anteriormente, compreendermos também um pouco mais da conjuntura da sustentabilidade e da sua ligação com a universidade.

De acordo com Barbieri *et al.* (2010), A expressão “desenvolvimento sustentável”, começou a se tornar popular a partir da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), realizada no Rio de Janeiro em 1992, tem na realidade uma longa trajetória (BARBIERI *et al.*, 2010, p. 146), e a partir daí, veio se popularizando cada vez mais. Atualmente vem adquirindo destaque na esfera pública por conta da preocupação constante diante dos efeitos das ações do homem na natureza.

Tal realidade, deste modo, faz da sustentabilidade uma pauta vigente em diversos âmbitos da sociedade, sendo, por exemplo, uma temática importante para eventos produzidos por inúmeras áreas do conhecimento. A partir da fala de Acselrad (1999), é possível citar certos pilares fundamentais para a aplicação do termo, afirmando assim, que:

Diversas matrizes discursivas têm sido associadas à noção de sustentabilidade desde que o Relatório Brundtland a lançou no debate público internacional em 1987. Entre elas, podem-se destacar a matriz da eficiência, que pretende combater o desperdício da base material do desenvolvimento, estendendo a racionalidade econômica ao “espaço não mercantil planetário”; da escala, que propugna um limite quantitativo ao crescimento econômico e à pressão que ele exerce sobre os “recursos ambientais”; da equidade, que articula analiticamente princípios de justiça e ecologia [...] (ACSELRAD, 1999, p. 79).

Ao pegarmos tal recorte da fala do autor, é interessante ressaltarmos que, ações sustentáveis são práticas cruciais em prol do meio ambiente, e além disso, são abordagens decisivas no combate do desperdício e na busca por uma consciência universal mediante a preservação do nosso planeta. Para entender como esses exercícios a favor da sociedade se manifestam, é válido comentarmos também a relevância de atuações educacionais que propagam os cuidados ecossistêmicos, afirmando que:

A dimensão ambiental configura-se crescentemente como uma questão que envolve um conjunto de atores do universo educativo, potencializando o engajamento dos diversos sistemas de conhecimento, a capacitação de profissionais e a comunidade universitária numa perspectiva interdisciplinar (JACOBI, 2003, p. 190).

Este fato, então, abre espaço para que conteúdos relacionados a sustentabilidade sejam válidos a serem debatidos em projetos relacionados ao campo de Extensão universitária, para assim capacitar os estudantes e demais envolvidos em práticas que ecoem positivamente para o campo social diante dos cuidados que devemos manter em relação ao desenvolvimento sustentável aqui mencionado.

Tal temática, quando trabalhada em eventos, acaba divulgando a pertinência da questão sustentável para a esfera econômica. Considerando tal fator, é interessante frisarmos que o evento Mostra de Produtos Verdes, que será apresentado de forma mais aprofundado no tópico a seguir, tem, todavia, a conectividade entre sustentabilidade, mercado e inovação. Deste modo, é pertinente esclarecer que:

A sustentabilidade do negócio pode ser entendida de modo convencional, isto é, como capacidade de gerar recursos para remunerar os fatores de produção, repor os ativos usados e investir para continuar competindo. [...] Porém, se a sustentabilidade dos negócios for entendida como uma contribuição efetiva para o desenvolvimento sustentável, então as inovações passam a ter outros critérios de avaliação além dos convencionais. [...] De acordo com os conceitos de sustentabilidade desse movimento, as inovações devem gerar resultados econômicos, sociais e ambientais positivos, ao mesmo tempo, o que não é fácil de fazer, dadas as incertezas que as inovações trazem, principalmente quando são radicais ou com elevado grau de novidade em relação ao estado da arte. (BARBIERI e col.,2010, p. 150).

Somado a esses elementos referentes as práticas sustentáveis, um conceito que se perpetuou consideravelmente nos últimos tempos, o *upcycling*, é a peça fundamental para a realização da Mostra Unifor de Produtos Verdes.

A técnica do *upcycling* consiste em, com criatividade, dar um novo e melhor propósito para um material que seria descartado sem degradar a qualidade e composição do material. Um item que passou pelo *upcycle* normalmente possui uma qualidade igual ou melhor que a de seu original [...] Além disso, o *upcycling* diminui a necessidade de exploração de matéria-prima para a geração de novos produtos [...] Além de ecologicamente correto, o *upcycling* (que é o processo de fazer *upcycle* com algum objeto ou material) está despontando como uma excelente oportunidade de negócios. (ECYCLE, s/n).

O *upcycling*, dessa forma, é o elemento chave no desenvolvimento de materiais sustentáveis e inovadores no mercado atual. O termo se apresenta como a premissa de um evento como o aqui trabalhado. Essa técnica pode ser empregada de modo que gere

lucros em novos empreendimentos, mas que também os presente ao mundo como dispostos a colaborar com o nosso meio ambiente. Isso traz uma imagem favorável e somatória às empresas que utilizam desse modelo, pois a responsabilidade social acaba sendo aplicada de forma transformadora, incentivando outras empresas a partilharem desse tipo de atitude em favor da natureza.

Diante das informações explanadas, podemos entender que a sustentabilidade é um negócio interessante referente aos ciclos econômicos da sociedade, mas que para ser bem executada é necessário que haja uma precaução diante das incertezas dos seus resultados. A experimentação por meio de um evento que pudesse proporcionar a mostra de alguns produtos elaborados por acadêmicos, é, desse modo, uma prática cativante a ser realizada em uma cerimônia ligada a esses pontos.

PROJETO MOSTRA UNIFOR DE PRODUTOS VERDES

O projeto da Mostra é desenvolvido na disciplina de Gestão Ambiental, ministrada pelo professor Albert Gradvohl da Universidade de Fortaleza. A proposta da cadeira é a de ensinar os fundamentos de gestão ambiental, dentre políticas e legislações; aplicar diversos formatos de tecnologias na gestão das organizações; apresentar o funcionamento das certificações ambientais aos alunos; analisar as oportunidades e os modelos de negócios referentes ao meio ambiente; desenvolver projetos ecossistêmicos em atividades no decorrer do semestre; entre outros.

Desde 1997, a Mostra Unifor de Produtos Verdes busca inserir metodologia que possibilite aos acadêmicos do curso de Administração da UNIFOR conviver com a realidade do novo cenário mundial. A década de 90 trouxe ao mundo não apenas novas legislações quanto à preservação do meio ambiente, mas também ações pró-ativas que vão, desde as normas ambientais impostas pela ABNT NBR ISO 14.000⁷, a mudanças comportamentais que levam as instituições a reinventarem sua imagem através e potencial competitivo. A partir dos estudos da disciplina, pode-se dizer que a Gestão Ambiental tem uma expressiva dimensão ao ser trazida como fator em prol do meio. Diante disso,

⁷ A ABNT NBR ISO 14000 especifica os requisitos de um Sistema de Gestão Ambiental e permite a uma organização desenvolver uma estrutura para a proteção do meio ambiente e rápida resposta às mudanças das condições ambientais. A norma leva em conta aspectos ambientais influenciados pela organização e outros passíveis de serem controlados por ela. Mais informações em: <https://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>

Compreender a educação mais precisamente com o seu complemento, consciência Ambiental, como um processo de mudança social é acreditar que as pessoas constroem, interferem, modificam os seus comportamentos de forma individual e coletiva (GRADVOHL, 2010, p. 141).

Tomando como base a fala do próprio autor, professor e coordenador do projeto mencionado neste artigo, **Albert Gradvohl esclarece** que produto verde é todo aquele fabricado a partir de matéria-prima cuja origem seja de resíduo descartável. A partir daí teve a ideia de realizar a Mostra Unifor de Produtos Verdes no ano de 1997, a partir do desejo de orientar seus alunos a racionalização e a otimização dos recursos naturais a partir do mercado, no momento em que o lixo também pode ser considerado como uma reserva técnica.

Segundo o próprio professor em entrevista cedida em abril de 2019 ao Eventos NIC, diante da importância em ensinar aos acadêmicos como se tornarem eco empreendedores de modo condizente, a Mostra Unifor de Produtos Verdes é uma cerimônia que abdica do uso exclusivo da teoria aprendida em sala de aula e parte para a prática através de ações concretas em que se podem levar todos os conteúdos aprendidos para a realização de uma atividade concreta.

Levando em consideração a fala de Afonso (2010) na qual desenvolve em seu discurso que o produto verde é aquele cujo desempenho social e ambiental é significativamente melhor do que as demais ofertas convencionais ou concorrenciais, então, de fato, a proposta do evento é realizada de forma eficaz pelo professor e pelos seus alunos. Somando a fala do autor, ainda podemos salientar que:

Entendem que os produtos verdes têm as mesmas funções básicas que os produtos convencionais, porém seu impacto sobre seu ciclo de vida é mitigado. Podem ser considerados bens privados afiliados às características públicas no sentido de que podem prover benefícios ao consumidor e ao meio ambiente público (MICHAUD; LLERENA, 2011, pág. 42).

Somada a esta noção de produtos verdes com o conceito de *upcycling* aqui já mencionado, o professor aplicou uma prova prática na qual os seus alunos deveriam transformar determinado lixo em um produto de alto uso. Nos primórdios da Mostra, os produtos possuíam pouco acabamento, o que tinha maior relevância era a concepção da ideia do que o produto em si. Após alguns anos com o projeto ocorrendo em sala de aula, e com o crescimento exorbitante dos resultados que foram sendo alcançados o professor

recebeu a proposta da coordenação do curso de ampliar o projeto para fora das salas de aula e aplicá-la em um evento de maior porte.

Dessa forma, a coordenação do curso resolveu transformar a avaliação em evento, expondo ao mercado o conhecimento adquirido pelos estudantes através dos seus produtos inovadores e sustentáveis. Com isso, os alunos não podiam mais produzir seu próprio produto, tinham apenas que conceber a ideia, o resto tem que ser terceirizado, para um bom acabamento. Graças ao sucesso da primeira edição, a cerimônia vem se repetindo semestralmente, ocupando cada vez mais espaço no ambiente universitário e no mercado.

Ao mencionarmos as mais recentes edições para ilustrarmos um pouco do projeto, a 19ª Mostra Unifor de Produtos Verdes, por exemplo, teve como foco de repensar de forma sustentável a produção de utensílios do cotidiano, e ocorreu no Shopping Riomar Fortaleza. A 20ª teve como abordagem o reaproveitamento de peças de bicicletas como forma de chamar a atenção para a problemática do desperdício desse material na natureza, ocorrida também no Shopping Riomar Fortaleza.

A partir 21ª Mostra, o evento passou a ser no hotel de Fortaleza Marina Park em parceria com a Indústria Nacional do Ceará (INACE) e nesta edição teve como foco da utilização de madeiras na execução dos produtos criados. A 22ª Mostra Unifor de Produtos Verdes, a mais recente até então, ocorreu no dia 5 de junho na loja de móveis Jacaúna, e teve como tema a utilização de luminárias a partir do conceito de *upcycling*, e provou-se mais uma vez um sucesso, já apontando assim, a intenção de futuras edições do projeto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos estudos aqui proferidos referentes ao evento Mostra Unifor de Produtos Verdes, pudemos notar que, projetos como esse são significativos para o desenvolvimento humanístico dos sujeitos que nele estão envolvidos. A Universidade, ao incorporar a Extensão universitária em seu organismo de funcionamento, prova-se como instrumento capaz de agir a favor da comunidade e do meio ambiente, e assim desenvolver em seus acadêmicos o espírito de responsabilidade social e de em agir a favor de um bem geral.

Tendo em vista que a Universidade de Fortaleza produz outros projetos a favor de outras questões de cunho social, ainda é válido abordar outras temáticas ainda não

tratadas em futuras produções acadêmicas para apresentar ao campo científico outras possibilidades importantes de serem mencionadas diante de outros eventos a favor da sociedade que a Extensão universitária aqui mencionada continua a realizar. Tais eventos podem comprovar, de outras formas não vistas no presente artigo, que existem outros temas de teor relevante para o mundo, além do viés aqui mostrado, que foi o da sustentabilidade.

Contudo, diante da pesquisa realizada, o desenvolvimento sustentável provou-se uma pauta extremamente necessária a ser abordada em cerimônias como a Mostra Unifor de Produtos Verdes, pois discute o diálogo entre mercado, meio ambiente e inovação de uma forma eloquente e que capacita os estudantes a desenvolverem suas habilidades e competências enquanto futuros eco empreendedores.

BIBLIOGRAFIA

ACSELRAD, Henri. **Discursos da sustentabilidade urbana**. Disponível em: <file:///C:/Users/500500683/Downloads/27-30-3-PB.pdf>. Acesso em junho de 2019.

AFONSO, Ana Carolina Baptista. **O consumidor verde: perfil e comportamento de compra**. Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em mestrado da Universidade Técnica de Lisboa. Lisboa, 2010.

BARBIERI, José Carlos et. al. **Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v50n2/02>.

ECYCLE. **Upcycling: qual o significado e como aderir à moda**. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/77-upcycling-upcycle>

GRADVOHL, Albert. **Fortaleza- 15 anos à procura da Coleta Seletiva de Lixo, Prograph**. Disponível em: <https://repositorio.ifs.edu.br/biblioteca/handle/123456789/660>

JACOBI, Pedro. **Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/cp/n118/16834.pdf>

MICHAUD, Céline; LLERENA, Daniel. **Green Consumer Behaviour: an Experimental Analysis of Willingness to Pay for Remanufactured Products. Business Strategy and the Environment**. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:82lvB9ppZ24J:revistas.ufcg.edu.br/reunir/index.php/uacc/article/download/339/pdf+&cd=14&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>

NUNES, Ana Paula de Lúcia Ferreira; SILVA, Maria Batista da Cruz. **A extensão universitária no ensino superior**. Disponível em:
<http://revista.uemg.br/index.php/malestar/article/view/60/89>

RENEX. **Mec homologa Diretrizes da Extensão**. Disponível em:
<https://www.ufmg.br/proex/renex/index.php/noticias/170-mec-homologa-diretrizes-nacionais-da-extensao>

RODRIGUES, Andréia Lilian Lima et. al. **Contribuições da extensão universitária na sociedade**. Disponível em:
<https://periodicos.set.edu.br/index.php/cadernohumanas/article/view/494/254>

SILVA, Adriana H. S. Moreira da. **Universidade Arte e Cidadania: análise do Espaço Cultural da Universidade de Fortaleza como ferramenta de inclusão sociocultural**. 2012. 123p. (Dissertação) Mestrado em Ciências da Cultura – Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro- Portugal.