

Formação Discente, Cultura Local e Extensão Universitária: Experiências dos Projetos Marcas do Frevo e Cartografias do Frevo (UFPE)¹

Ana Paula Campos Lima²
Lívia Valença da Silva³
Bruna Luíza Rodrigues da Silva⁴
João Victor de Lira⁵
João Victor dos Santos Silva⁶
Ingrid Luana Carvalho dos Santos⁷
Maria Eduarda Soares Santos Rodrigues⁸
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

RESUMO

Este trabalho apresenta a experiência extensionista dos projetos Marcas do Frevo e Cartografias do Frevo, da Universidade Federal de Pernambuco. Discute como a valorização do frevo pode aproximar universidade e sociedade. O objetivo é analisar contribuições formativas e culturais dessa atuação. Com base em Paulo Freire e debates sobre cultura e identidade, adota abordagem qualitativa, por relato de experiência e análise de ações realizadas entre 2025 e 2026. Os resultados indicam formação discente, difusão do frevo e fortalecimento do vínculo entre universidade e comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: extensão; frevo; comunicação; formação discente; patrimônio.

INTRODUÇÃO

A extensão universitária tem papel estratégico na articulação entre universidade e sociedade, especialmente quando possibilita que conhecimentos acadêmicos dialoguem com demandas culturais concretas. Paulo Freire (1983), ao discutir a relação entre universidade e comunidade, critica modelos verticalizados de transmissão do saber e

¹ Trabalho apresentado na Jornada de Extensão, evento integrante da programação do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de julho de 2026.

² Professora do Departamento de Comunicação da UFPE. Vice-coordenadora do Projeto de Extensão Marcas do Frevo. Pesquisadora do GP Mídia, Maternagem e Cultura do Consumo UFPE/CNPq. E-mail: paula.camposlima@ufpe.br

³ Professora do Departamento de Comunicação da UFPE. Coordenadora do Projeto de Extensão Marcas do Frevo. Pesquisadora do GP Mídia, Maternagem e Cultura do Consumo UFPE/CNPq. E-mail: livia.valenca@ufpe.br

⁴ Graduanda de Publicidade e Propaganda da UFPE. Extensionista do Projeto Marcas do Frevo e pesquisadora do GP Mídia, Maternagem e Cultura do Consumo UFPE/CNPq. E-mail: bruna.rodrigues@ufpe.br

⁵ Graduando de Publicidade e Propaganda da UFPE. Extensionista do Projeto Marcas do Frevo e pesquisador do GP Mídia, Maternagem e Cultura do Consumo UFPE/CNPq. E-mail: joao.jvl@ufpe.br

⁶ Graduando de Publicidade e Propaganda da UFPE. Extensionista do Projeto Marcas do Frevo e pesquisador do GP Mídia, Maternagem e Cultura do Consumo UFPE/CNPq. E-mail: joao.santoss@ufpe.br

⁷ Graduanda de Publicidade e Propaganda da UFPE. Extensionista do Projeto Marcas do Frevo e pesquisadora do GP Mídia, Maternagem e Cultura do Consumo UFPE/CNPq. E-mail: ingrid.luana@ufpe.br

⁸ Graduanda de Publicidade e Propaganda da UFPE. Extensionista do Projeto Marcas do Frevo e pesquisadora do GP Mídia, Maternagem e Cultura do Consumo UFPE/CNPq. E-mail: maria.erodrigues@ufpe.br

defende práticas dialógicas, nas quais o conhecimento se constrói em interação com a realidade social.

É nesse contexto que se inserem os projetos Marcas do Frevo e Cartografias do Frevo, projetos parceiros e complementares vinculados à Universidade Federal de Pernambuco, que atuam conjuntamente na valorização do frevo. Ambos tomam o frevo como objeto de pesquisa e comunicação, compreendendo-o não apenas como manifestação festiva, mas como patrimônio cultural reconhecido nacionalmente (IPHAN, 2007), memória social e linguagem identitária de Recife e Olinda. Tal compreensão dialoga com Hall (2006), ao pensar identidade como construção cultural, e com Canclini (2015), ao discutir os modos pelos quais tradições circulam e se reconfiguram em contextos contemporâneos.

O presente trabalho tem como objetivo relatar e analisar a experiência extensionista desenvolvida pelos projetos, destacando seus efeitos formativos, culturais e institucionais.

OS PROJETOS E SUA DINÂMICA DE ATUAÇÃO

O projeto Cartografias do Frevo se concentra em atividades de pesquisa, registro e documentação. Entre suas ações, destacam-se entrevistas com maestros, passistas, foliões, representantes de agremiações carnavalescas e outros agentes culturais, além do levantamento de informações históricas sobre blocos, troças, clubes e demais expressões vinculadas ao frevo. Esse material organiza informações e memórias que frequentemente circulam de modo disperso.

O projeto Marcas do Frevo, por sua vez, atua na transformação desse acervo em linguagem acessível ao público. Participam estudantes do curso de Publicidade e Propaganda, envolvidos em etapas como definição de pautas, pesquisa complementar, redação de textos, elaboração de roteiros, criação visual, edição audiovisual e planejamento editorial.

Os estudantes interpretam informações, selecionam recortes e tomam decisões comunicacionais em contexto real, desenvolvendo competências técnicas e analíticas.

Os conteúdos são publicados prioritariamente no perfil do Instagram @cartografiasdofrevo, ampliando o alcance social das ações extensionistas e permitindo diálogo contínuo com públicos interessados na cultura pernambucana.

Embora possuam funções específicas, os projetos operam de forma integrada, compartilhando planejamento, circulação pública dos conteúdos e objetivos extensionistas comuns.

METODOLOGIA

O trabalho adota abordagem qualitativa, como relato de experiência extensionista com observação analítica de ações realizadas entre 2025 e 2026, com base em conteúdos publicados no perfil do Instagram @cartografiasdofrevo. Utiliza-se análise de conteúdo (Bardin, 2011), tomando como *corpus* postagens e *reels* sobre agremiações, tipos de frevo, entrevistas e símbolos do carnaval. A análise foi orientada pelas categorias: organização da informação, construção textual, elementos visuais, relação entre texto e imagem e representação do frevo. A leitura visual dialoga ainda com Dondis (2003).

RESULTADOS E CONTRIBUIÇÕES

A partir das categorias definidas na metodologia, a análise foi organizada em três eixos, correspondentes a conteúdos explicativos, conteúdos centrados na identidade visual do frevo e conteúdos baseados em entrevistas com agentes culturais, como Alexandre Urêa, Mestre Tonho das Olindas e outros agentes culturais ligados ao frevo.

Conteúdos explicativos e organização da informação

Entre os materiais produzidos, destacam-se conteúdos voltados à explicação de dúvidas recorrentes do público. Um exemplo é o *reels* sobre diferenças entre clube, troça e bloco. A categoria “organização da informação” se mostrou central, pois o conteúdo parte da noção ampla de agremiação e depois diferencia seus tipos. A “relação entre texto e imagem” aparece no uso do estandarte como elemento de identificação visual. Em diálogo com Hall (2006), observa-se que o conteúdo não apenas informa, mas organiza formas de entender a cultura.



Figura 1 – Reels explicativo sobre diferenças entre agremiação, clube, troça e bloco.
Fonte: perfil do Instagram @cartografiasdofrevo, 2026.

Identidade visual, símbolos e pertencimento

Outro eixo envolve conteúdos sobre sombrinha do frevo, estandartes e identidades visuais de blocos tradicionais, como Pitombeira dos Quatro Cantos e Eu Acho É Pouco. A categoria “elementos visuais” evidencia signos de reconhecimento e pertencimento. Dondis (2003) contribui para compreender a função comunicativa da imagem, enquanto Bourdieu (2011) ajuda a pensar esses elementos como marcadores simbólicos.



Figura 2 – Post carrossel sobre símbolos e identidade visual do frevo.
Fonte: perfil do Instagram @cartografiasdofrevo, 2026.

Entrevistas, memória e agentes culturais

As entrevistas realizadas pelos projetos constituem outro resultado importante. A presença da fala de músicos, mestres e integrantes de agremiações desloca o conteúdo para uma lógica de escuta e valorização cultural. As categorias “construção textual” e “representação do frevo” ajudam a compreender como essas vozes circulam publicamente. A leitura dialoga com Goffman (2014) e Jenkins (2009).



Figura 3 – Post carrossel com entrevista com agente cultural vinculada à memória e à experiência do frevo.

Fonte: perfil do Instagram @cartografiasdofrevo, 2026.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conjunto, os materiais analisados mostram que a experiência extensionista não se limita à produção de postagens. Ela envolve pesquisa, seleção de informações, interpretação simbólica, decisões de linguagem e responsabilidade pública sobre o que se comunica.

A experiência dos projetos Marcas do Frevo e Cartografias do Frevo evidencia o potencial da extensão universitária como espaço de formação, produção de conhecimento e compromisso social. Os resultados observados indicam que, quando articulada de forma contínua, a extensão permite que estudantes atuem em situações reais de comunicação, enfrentando problemas concretos de pesquisa, linguagem e relação com públicos diversos.

No caso analisado, o frevo deixa de aparecer apenas como tema cultural e passa a funcionar como campo vivo de aprendizagem, no qual patrimônio, memória, identidade e comunicação se encontram.

Também se observa que projetos dessa natureza ampliam a presença pública da universidade, fortalecendo vínculos com a comunidade e contribuindo para a circulação social de conhecimentos produzidos no ambiente acadêmico.

Assim, o trabalho reforça que a formação em Comunicação pode ultrapassar modelos restritos à simulação técnica ou ao mercado, incorporando experiências situadas socialmente, relevantes culturalmente e consistentes academicamente. Em síntese, a experiência analisada reforça a importância da articulação entre ensino, pesquisa e extensão.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2011.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2015.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2014.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IPHAN. **Dossiê Frevo: patrimônio cultural do Brasil**. Brasília: IPHAN, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.