

Campus na Mídia: Histórias que inspiram como Ferramenta de Reconhecimento Acadêmico

Isabella Vitória Nascimento Galvão

Universidade Estadual do Maranhão – Campus Timon

Resumo: Na Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), *Campus* Timon, há muitas histórias de alunos que superaram dificuldades e alcançaram grandes conquistas, contudo, essas vivências são pouco contadas. Assim, o objetivo do projeto é tornar conhecidas, por meio de documentário em curta metragem, histórias de sucesso de ex-alunos da UEMA Timon. O método utilizado para a produção do documentário consiste em: a) identificar histórias que inspiram egressos, b) coletar informações, c) elaborar o roteiro, d) coletar e gravar imagens, e) editar, e f) divulgar. Consequentemente, observa-se um maior reconhecimento dos estudantes com as histórias de sucesso e dedicação dos ex-alunos do *Campus* Timon. Assim conclui-se que o projeto é de suma importância para potencializar a imagem promissora da UEMA Timon à comunidade externa.

Palavras-chave: Histórias, Inspiração, Superação.

Communication Strategies and Academic Recognition: ‘Campus na Mídia: Histórias que Inspiram’ as a Tool for Social Engagement

Abstract: At the State University of Maranhão (UEMA), Timon Campus, there are many stories of students who have overcome challenges and achieved great accomplishments; however, these experiences are seldom shared. Therefore, the aim of the project is to showcase, through a short documentary, success stories of UEMA Timon former student. The method used for producing the documentary consists of: a) identifying inspirational stories of graduates, b) collecting information, c) writing the script, d) gathering and recording footage, e) editing, and f) promoting the documentary. Consequently, there is greater recognition of students regarding the success and dedication stories of Timon Campus alumni. It can thus be concluded that the project is of utmost importance for enhancing the promising image of UEMA Timon to the broader community.

Keywords: Stories, Inspiration, Overcoming.

1. Introdução

Diversos jovens maranhenses buscam prosperar por meio da formação acadêmica oferecida pela Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), objetivo que muitas vezes se concretiza. Ao ingressarem na universidade, passam por um processo de amadurecimento, marcado por novas experiências, convivência com colegas e professores qualificados,

participação em projetos e acesso a oportunidades como estágios e empregos. Essas vivências contribuem para a formação de profissionais qualificados em suas áreas.

Grande parte dos discentes da UEMA é oriunda de escolas públicas e de origem humilde, desse modo, os mesmos vêm a universidade como uma forma de produzir um futuro de sucesso. Analogamente, isso resulta em diversas histórias de resiliência e superação que, apesar de inspiradoras, ainda são pouco divulgadas. No *Campus Timon* isso não é diferente, mas pretendemos mudar isso contando histórias que inspiram, por intermédio de documentários em curta-metragem.

A Agência Nacional do Cinema (2026, p. 1) define documentário em curta-metragem como obra audiovisual cuja duração é igual ou inferior a quinze minutos, voltada à representação da realidade por meio de depoimentos e cenas cotidianas. No *Instagram*, esse formato pode ser adaptado aos *Reels*, que consistem em vídeos curtos com grande potencial de alcance e engajamento, sendo exibidos no *feed*, nos *stories* e em aba específica (Marafon; Araujo, 2021, p. 34-51).

O formato *Reels* é extremamente utilizado pelo público jovem, esse tipo de recurso favorece a criação de narrativas breves e dinâmicas, potencializando o engajamento dos usuários dentro das plataformas digitais, originando uma oportunidade para que as histórias inspiradoras da UEMA Timon sejam conhecidas.

O projeto busca divulgar as oportunidades que a formação na UEMA Timon proporciona, mostrando como o *Campus* melhorou a vida de diversos ex-alunos, fazendo isso por meio de fotos, vídeos e notícias. Assim conclui-se que a proposta é de suma importância para potencializar a imagem promissora da UEMA Timon à comunidade externa.

Assim, o presente trabalho está estruturado em cinco seções principais. Inicialmente, apresenta-se a introdução, na qual são abordados o tema, a problemática investigada, os objetivos e a relevância da pesquisa. Em seguida, descreve-se a metodologia, na qual são detalhados os procedimentos adotados para a coleta e análise dos dados, além das justificativas das escolhas metodológicas. Na terceira seção, são apresentados os resultados obtidos a partir das ações desenvolvidas. Posteriormente, a discussão analisa esses resultados à luz do referencial teórico. Por fim, são expostas as considerações finais, retomando os objetivos propostos e destacando as contribuições do estudo.

2. Material e Métodos

A metodologia adotada neste projeto baseou-se em estratégias de engajamento digital. O procedimento para a produção dos documentários em curta metragem ocorre na seguinte ordem: a) identificação de histórias que inspiram de egressos, b) coleta de informações, c) elaboração do roteiro, d) coleta e gravação de imagens, e) edição, e f) divulgação.

Identificação de histórias que inspiram de egressos: ocorre a partir de conversas com professores que atuam no *Campus*, especificamente aqueles que desenvolvem projetos de pesquisa e extensão.

Coleta de informações: acontece a partir do contato com o ex-aluno e apresentada a proposta do projeto, agenda-se uma entrevista gravada para que ele nos conte a sua história.

Elaboração do roteiro: elaborado a partir das informações coletadas, decidem-se os aspectos principais da história do egresso, especialmente as dificuldades enfrentadas e como a sua passagem pela UEMA o ajudou na sua conquista.

Coleta e gravação de imagens: nesse passo, solicita-se ao ex-aluno fotos e vídeos da época em que estudou na UEMA, do seu local de trabalho e outras imagens relevantes. Também é pedido um depoimento em vídeo sobre como a UEMA influenciou seu sucesso, utilizando câmera, microfone e outros equipamentos para a gravação.

Edição: é realizada incorporando as imagens e vídeos enviados pelo egresso, as gravações feitas pela equipe e uma música de fundo. Para isso, usa-se *softwares* de edição de imagens *Canva* e vídeo *Cap Cut*.

Divulgação: os documentários são veiculados no *Instagram* do *Campus Timon*.

Quadro 1. Resumo das Histórias que inspiram produzidas em 2025.

	Caio Carvalho - Curso de Letras Conquista: criou um serviço online de preparação para a prova do ENEM, foi aprovado em concursos públicos para o cargo de professor efetivo da Prefeitura de Timon e cursa doutorado em Letras na UFPI. Acesso: https://www.instagram.com/reel/DE5or6XRlon/?igsh=emRoeDh2enE4bWtl 16/01/2025
	Glaci Gênia Barros - Curso de Administração Conquista: foi aprovada no IFMA de Rosário como professora substituta e no Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos como assessora técnica. Acesso: https://www.instagram.com/reel/DPFEcZoESiz/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=MzRIODBiNWFIZA== 26/09/2025

2.1 Equipe e Execução

Desde agosto de 2023, a equipe do LabMarketing, por meio do projeto Campus na Mídia, atua no gerenciamento das redes sociais do *Campus Timon*, desde a produção de conteúdo até a postagem de vídeos, *trends* e notícias para o *Instagram* e para o *site* da UEMA.

O grupo é composto por alunos coordenados por um professor, os mesmos possuem habilidades de produção e edição de vídeos e fotos, comunicação ativa e trabalho em equipe. Segundo relato do Chefe da Assessoria de Comunicação da UEMA, Sr. Lucas

Vieira, a conta do *Instagram* do Campus Timon é considerada uma das melhores da universidade.

3. Resultados

O projeto Histórias que inspiram resultou na valorização de conquistas, fortalecimento da ideia de pertencimento à UEMA Timon e serviu como inspiração para novos estudantes. Percebe-se que por meio deste, as histórias de sucesso de egressos do *Campus* se tornaram conhecidas tanto pela comunidade universitária quanto pelo público externo.

Além disso, é notório o alto engajamento nas redes sociais e a visibilidade estadual desses relatos, dando grande destaque para os ex-alunos bem sucedidos e principalmente, inspirando discentes, docentes e potenciais futuros alunos.

Percebe-se que devido as ações desenvolvidas pelo projeto, houve uma potencialização significativa no engajamento e no número de seguidores no *Instagram* da UEMA Timon, que recentemente atingiu o marco de 10 mil seguidores. Ao longo desse período, é possível observar o crescimento no número de curtidas e visualizações nas postagens, mostrando que o conteúdo produzido passou a gerar maior interesse e conexão com o público.

4. Discussão

Os resultados obtidos demonstram que o uso de narrativas audiovisuais em formato de curta-metragem constitui uma estratégia eficaz de comunicação institucional e engajamento social. A valorização de histórias reais de superação e sucesso contribui para fortalecer o sentimento de pertencimento entre os discentes e ampliar a visibilidade da universidade perante a comunidade externa.

O achado está em consonância com estudos que apontam o audiovisual como ferramenta de grande impacto, capaz de aproximar conteúdos da realidade do público (Hamann et al., 2018). Além disso, o uso de vídeos curtos em mídias digitais favorece uma comunicação mais dinâmica e alinhada aos hábitos do público jovem (Marafon; Araujo, 2021).

A utilização do Instagram, por meio do *Reels*, reforça essa tendência ao permitir maior alcance e interação, evidenciando que estratégias digitais bem estruturadas podem ampliar significativamente o engajamento institucional. Nesse sentido, o projeto não apenas divulga histórias, mas também atua como instrumento de marketing educacional e fortalecimento da imagem da universidade.

Outro ponto relevante é a função inspiradora das narrativas apresentadas. Ao expor trajetórias de egressos que enfrentaram desafios semelhantes aos dos atuais estudantes, o projeto contribui para a motivação acadêmica e para a permanência no ensino superior. Esse aspecto dialoga com a literatura que destaca o potencial do audiovisual na construção de significados e identificação social (Leandro et al., 2017).

Portanto, os resultados reforçam que iniciativas baseadas em *storytelling* e produção audiovisual podem ser estratégias eficazes tanto para comunicação institucional quanto para impacto social, desde que alinhadas às características do público e aos meios digitais utilizados.

5. Conclusões

Portanto, conclui-se que o projeto *Campus na Mídia: Histórias que Inspiram* cumpre seu objetivo de dar visibilidade às trajetórias de sucesso de egressos da UEMA *Campus Timon*, contribuindo para o fortalecimento da imagem institucional junto à comunidade acadêmica e externa. Ao utilizar documentários em curta-metragem veiculados nas redes sociais, especialmente no *Instagram*, o projeto dialoga com o público jovem, ampliando o engajamento e o alcance das narrativas.

Os resultados demonstram que a divulgação dessas histórias fortalece o sentimento de pertencimento dos discentes e atua como fator de motivação para aqueles que enfrentam desafios semelhantes. Além disso, evidencia o papel transformador da UEMA Timon na formação acadêmica e pessoal de seus alunos.

Dessa forma, iniciativas como esta mostram-se relevantes para o fortalecimento da comunicação institucional, a valorização da universidade pública e o incentivo ao ingresso, permanência e sucesso no ensino superior.

Referências

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE. **Instrução Normativa nº de 2010.**

CLASS, C. S. C.; BARBOSA, A. DA S. O curta – metragem de animação como recurso pedagógico para parasitologia na educação básica. **Revista de Ensino de Biologia da SBEnBio**, 14(2), 1011–1030, 2021.

FONTE, L. M. B.; HERGESEL, J. P. Análise poética na produção acadêmica do curta-metragem “Corpo-território pandêmico”. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, v. 10, n. 23, p. e022020, 2022.

HAMANN, D. L.; PFEIFER, G. B.; CHAMIS, L. de G.; KONTZE, M. V.; VIEIRA, P. L.; ZUCOLO, R. C. Cinescola: a produção audiovisual ao alcance de todos. **Disciplinarum Scientia Artes, Letras e Comunicação**, v. 17, n. 1, p. 35–45, 2018.

LEANDRO, E. G.; LIMA, R. F.; LIMA, T. DE S.; DO NASCIMENTO, L. Q. B. Luz, câmera, ação... quando professores que ensinam matemática nos anos iniciais criam filmes de curta-metragem. **Educação Matemática em Revista**, v. 22, n. 53, p. 99-108, 27 abr. 2017.

MARAFON, L.; ARAUJO, D. O cinema das mídias digitais: o filme a partir do computador e do celular. **Líbero**, n. 47, p. 34-51, 2021.

MARIANO, Thiago Viti; DERINGER, Thaiane. Filmes de curta-metragem em aula de alemão como língua estrangeira em tempos de pandemia. **Pandaemonium Germanicum**, v. 25, n. 47, 2022.