TERMO DE ABERTURA DE PROJETO - TAP

1. INFORMAÇÕES INICIAIS

Título do Projeto: Programa de criação de novas estratégias de comunicação no *campus* Tianguá.

***Campus*: IFCE *Campus* Tianguá**

2. APRESENTAÇÃO

2.1. Justificativa do Projeto

O aperfeiçoamento das ações de comunicação é essencial para que a instituição tenha maior visibilidade no município e na região em que está inserida. Além disso, são necessárias novas estratégias para dialogar com a comunidade interna. Assim, o desenvolvimento deste programa se justifica pela necessidade de:

- Fortalecer a comunicação institucional do IFCE;
- Ampliar a visibilidade da instituição junto ao público externo;
- Promover as atividades de ensino, pesquisa e extensão, os projetos e os eventos institucionais;
- Aumentar a eficiência na comunicação interna.

2.2. Alinhamento Estratégico com o PDI 2024-2028 - Qual objetivo estratégico possui relação direta com o projeto?

(X) OE-24 Estimular os servidores e alunos a explorarem novas ideias e práticas inovadoras, bem como desenvolverem soluções que contribuam para a qualidade das atividades acadêmicas e administrativas.

2.3. Escopo do projeto

Desenvolver e implementar estratégias que aperfeiçoem a comunicação no IFCE Tianguá, ampliando a visibilidade das ações desenvolvidas no *campus* com o impulsionamento dos canais nas redes sociais.

2.3.1 Finalidade

- Produzir campanhas de divulgação de ações institucionais;
- Viabilizar maior integração entre redes sociais e *site* oficial;
- Promover o *campus* de Tianguá por meio da produção de materiais audiovisuais (vídeos, fotografias e *cards*);
- Ampliar divulgação de datas comemorativas e das atividades dos setores do *campus* Tianguá para a comunidade interna;

- Estimular a criação de fluxos de comunicação entre estudantes, docentes e a gestão de comunicação do *campus*.

2.3.2 Metodologia

A ação contará com reuniões mensais entre os membros da comissão para definir os materiais audiovisuais que serão produzidos a cada mês seguindo como referência o calendário acadêmico do *campus*. No decorrer do mês serão realizadas redações de roteiro, gravações, edições e postagens dos materiais nas redes sociais do *campus*. Mensalmente será registrado, em um breve relatório, o engajamento nas redes sociais dos materiais divulgados (vídeos, fotografias e *cards*) para mensurar a recepção deles pela comunidade por meio de painéis de *Business Intelligence* (BI).

2.3.4 Levantamento de Necessidades

Aplicação de diagnóstico (pesquisas, entrevistas) para identificar lacunas, necessidades e expectativas da direção-geral e da comunidade para a comunicação do *campus*.

2.3.5 Avaliação do Programa

- Avaliação da quantidade de seguidores nas redes sociais do *campus* (Instagram e Youtube);
- Relatório consolidado com resultados e recomendações;
- Indicadores de sucesso: engajamento maior nas redes sociais, produção de material audiovisual, tal como vídeos, no decorrer do projeto;
- Envolvimento de estudantes e de outros servidores na comunicação do *campus* para criar cultura de escuta e diversidade.

2.4. Partes Interessadas

Patrocinador: Clemilton da Silva Ferreira – Siape 1827089.

Gerente do projeto: Caroline Brito dos Reis – Siape 1163896.

Equipe do projeto:

- Benedito Gomes Rodrigues – Siape: 2163877;
- Francisco Florêncio Batista Júnior – Siape: 1076348;
- Ricardo Castelo Branco Andrade e Silva – Siape: 3000860;
- Ronaldo Ribeiro da Costa – Siape 1399892.

Usuários Finais ou Público-Alvo:

- Comunidade acadêmica, que será beneficiada com a melhoria das ações de comunicação, assim como na visibilidade das ações do ensino, pesquisa e extensão;
- Comunidade externa, que terá acesso a mais informações sobre a instituição.

3. Entregas previstas do projeto

- Fortalecimento das ações de divulgação externa no *campus* Tianguá;
- Produção de vídeos e materiais audiovisuais para redes sociais;
- Melhoria da comunicação interna;
- Aumento de 10% no número de seguidores do Instagram;
- Maior alinhamento entre os setores e a gestão de comunicação;
- Crescimento do alcance das publicações nas redes sociais.

4. ORÇAMENTO DO PROJETO

O orçamento destinado à execução do projeto contará com o valor de duas bolsas de monitoria de R$ 400,00 por 8 meses (setembro 2026 a abril de 2027).

Compra dos seguintes itens:

Equipamento	Valor
Smartphone premium com boa câmera	R$ 5000,00
Gimbal estabilizador de 3 eixos	R$ 1.300,00
Lente teleobjetiva/*zoom* para câmera institucional	R$ 3.500,00
Microfone de lapela sem fio duplo, com estojo de carregamento e redução de ruído	R$ 1.500,00
Tripé profissional para câmera, com cabeça fluida/hidráulica para vídeo	R$ 1.200,00
SSD externo portátil de 1TB, USB 3.2 ou superior	R$ 1.000,00
Licença de *software* profissional de edição de vídeo	R$ 2.500,00
Softbox de iluminação contínua para foto e vídeo – 2 unidades	R$ 700,00
Drone compacto com gravação 4K	R$ 3000,00
Iluminação de led 360°	R$ 160,00

Bastão de LED portátil	R$ 160,00
Iluminação a bateria	R$ 300,00
Microfone direcional (*shotgun*)	R$ 350,00

5. DURAÇÃO – CRONOGRAMA

Fase	Atividade	Período
1	Levantamento de necessidades	Maio 2026
2	Elaboração e lançamento de edital de bolsistas de comunicação	Junho/Julho 2026
3	Seleção dos bolsistas de comunicação	Agosto 2026
4	Início das atividades dos bolsistas de comunicação	Setembro 2026
5	Produção dos materiais audiovisuais	Outubro 2026 – março 2027
6	Encerramento do projeto e elaboração de relatório	Abril 2027

6. ANÁLISE DE RISCO

Risco – Produção insuficiente de materiais
Causa – Possível não continuidade dos bolsistas no projeto
Probabilidade (alta, média ou baixa) - Média
Impacto (alto, médio ou baixo) - Médio
Ações mitigadoras – Tornar a experiência na comunicação enriquecedora para os participantes da comissão, especialmente para os alunos bolsistas

Risco – Indisponibilidade de servidores ou bolsistas em períodos críticos

Causa – Períodos de férias ou licenças
Probabilidade (alta, média ou baixa) - Média
Impacto (alto, médio ou baixo) - Médio
Ações mitigadoras – Cronograma alternativo para períodos de ausência da equipe

Risco – Perda de arquivos por ausência de *backup* adequado
Causa – Ausência de conhecimento de tecnologias eficientes
Probabilidade (alta, média ou baixa) - Baixa
Impacto (alto, médio ou baixo) - Médio
Ações mitigadoras – Criação de rotina de *backup* em nuvem e SSD externo

Risco – Indisponibilidade de equipamentos para produções de vídeo
Causa – Atraso nos processos de compra/licitação dos equipamentos
Probabilidade (alta, média ou baixa) - Baixa
Impacto (alto, médio ou baixo) - Médio
Ações mitigadoras – Planejamento antecipado das compras

CLEMILTON DA SILVA FERREIRA

Patrocinador do Projeto

CAROLINE BRITO DOS REIS

Gerente do Projeto

Documento assinado eletronicamente por **Caroline Brito dos Reis**, **Jornalista**, em 19/05/2026, às 13:51, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.

Documento assinado eletronicamente por **Clemilton da Silva Ferreira**, **Diretor Geral do Campus Tianguá**, em 19/05/2026, às 13:59, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.

A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ifce.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **8790619** e o código CRC **E6CE3A52**.

23491.001682/2026-36 8790619v4