



Proposta
Mestrado em Comunicação Digital

SECRETARIA DO TESOIRO NACIONAL
HAROLDO MOSCHETA GONÇALVES

BRASÍLIA
2024



1. APRESENTAÇÃO

O IDP é um conceituado centro de estudos e de reflexões sobre a Administração Pública, Economia, Direito, Relações Internacionais e Comunicação. Sempre com foco no setor público, o IDP, inicialmente, voltou-se para a realização de iniciativas que buscavam desenvolver em seus alunos o interesse pelo ensino do Direito e pela pesquisa jurídica.

Com a consolidação da oferta de cursos na área do Direito – que atualmente conta com a graduação, pós-graduação lato sensu e pós-graduação stricto sensu, o Instituto passou a ampliar gradualmente sua atuação para a área de Administração Pública, Economia, Comunicação, Relações Internacionais, Arquitetura e Engenharias, estimulando seus estudantes à conquista de conhecimentos que os levassem a participar, de modo cada vez mais intenso, do debate dos problemas econômicos e sociais do País.

Os professores que integram o quadro docente da graduação e das especializações, além se destacarem pela alta e diversificada qualificação acadêmica, também se caracterizam por desempenharem funções relevantes nos altos e médios escalões do setor público. A situação se repete nos cursos de Pós-Graduação Stricto Sensu: dentre os integrantes do quadro docente, constam professores que exerceram e exercem papéis centrais na Administração Pública brasileira.

O principal diferencial do Corpo Docente do Mestrado em Comunicação é, certamente, a qualificação do corpo docente, composto 100% por um quadro de professores com Doutorado e que possuem uma trajetória profissional consolidada nas mais diferentes áreas da Comunicação. Esse é um aspecto fundamental do programa, uma vez que permite expor, analisar e discutir com os estudantes as formas de aplicação do ferramental teórico exposto em cada uma das disciplinas à realidade da Comunicação em instituições públicas e privadas, o que acentua o caráter de formação profissional do curso.

Completando mais de vinte e cinco anos de atividades, o IDP reafirma o propósito para o qual foi criado: o de se tornar um centro de excelência no conhecimento, tanto no Brasil quanto perante a comunidade acadêmica internacional.



2. ÁREA DE CONCENTRAÇÃO E LINHAS DE PESQUISA

2.1. Área de Concentração: Comunicação Midiática Contemporânea

A área de concentração “Comunicação Midiática Contemporânea” tem como fundamento o desafio enfrentado por organizações públicas, privadas e do terceiro setor no desenvolvimento de novas estratégias e modelos de comunicação em um cenário caracterizado pela constante transformação social, econômica, cultural e tecnológica. A proposta da área é estudar a maneira pela qual a comunicação midiática influencia e transforma as relações sociais no tempo e no espaço, confere visibilidade e legitimidade às organizações e afeta a configuração das identidades contemporâneas.

Nesse sentido, a área de concentração proposta está inserida no debate mais amplo sobre as formas de comunicação e desafios identitários das organizações. Por meio de estudos teóricos e aplicados, a área de concentração buscará compreender as principais características dos produtos midiáticos contemporâneos; as relações sociais, culturais e econômicas que influenciam esses produtos e são por eles influenciadas; os componentes materiais, simbólicos e sociais que afetam a comunicação; o papel das novas formas, meios e linguagens para uma estratégia de comunicação efetiva; entre outros. Naturalmente, a área valorizará debates transversais e interdisciplinares, que, com frequência, transbordam o campo da comunicação, permitindo uma compreensão mais completa dos fenômenos estudados.

A opção pela área de concentração “Comunicação Midiática Contemporânea” delimita e dá forma às atividades de ensino e pesquisa a serem conduzidas no âmbito do PPG, evidencia o campo das mídias como seu foco, demarca o interesse pela dimensão relacional e interdisciplinar da comunicação e deixa evidente o tipo de formação promovido pelo programa.

Nesse sentido, o objetivo da área é formar pesquisadores e profissionais capazes de alinhar conhecimentos teóricos, metodológicos e instrumentais ao processo criativo e à gestão de estratégias de comunicação nos mais diferentes tipos de organização. O programa permitirá a contextualização de macroanálises com as realidades profissionais experimentadas cotidianamente pelos estudantes.

Particularmente em um contexto em que a sociedade brasileira vem demandando dos indivíduos e das organizações, de forma cada vez mais explícita, estratégias de comunicação modernas, concebidas a partir de diferentes olhares e identidades, acreditamos que o desenvolvimento da área de concentração “Comunicação Midiática Contemporânea” facultará ao IDP contribuir diretamente para a qualidade do debate público e da prática profissional na área de comunicação, por meio do estudo, da pesquisa aplicada e da qualificação acadêmica e profissional.

Como veremos a seguir, as atividades do Programa - no que diz respeito às duas linhas de pesquisa, aos projetos de pesquisa, à composição e produção intelectual do NDP e à estrutura curricular - guardam estreita relação com a área de concentração proposta.



2.2. Linhas de Pesquisa:

I - Jornalismo, Tecnologia e Inovação

A linha de pesquisa “Jornalismo, Tecnologia e Inovação” tem como objeto de estudo o impacto das transformações sociais, culturais e tecnológicas nas redações jornalísticas. Para isso, a linha se propõe a analisar questões teóricas e aplicadas relativas aos desafios do jornalismo contemporâneo e às mudanças estruturais na produção de conteúdo jornalístico e no mercado de trabalho.

No âmbito desta linha de pesquisa, serão estimulados estudos acerca do impacto da modernidade na indústria de produção de conteúdo informativo e o surgimento de novos modelos de negócios em jornalismo. Com isso, buscar-se-á dotar o estudante de instrumentos analíticos que o permitam analisar e compreender as novas formas de consumo da informação por uma audiência plenamente inserida nas tecnologias digitais, investigar o impacto dessas mudanças na gestão das organizações e estruturar empreendimentos sustentáveis economicamente.

As pesquisas conduzidas no âmbito dessa linha compreendem, ainda, a análise sobre as novas atribuições, competências e habilidades do jornalista nesse novo cenário e a reflexão sobre como as mudanças no contexto social, econômico, cultural e tecnológico afetaram a “profissão jornalista”. Dentro dessa ampla agenda de pesquisa, são compatíveis com a linha estudos sobre: i) a produção de conteúdos inovadores em jornalismo; ii) a utilização de ferramentas tecnológicas para apuração e edição jornalística; iii) novas práticas e formas de trabalho para produção de conteúdo informativo em um ambiente informacional complexo; iv) entre outros.

Tal como na Linha de Pesquisa “Mídia, Comunicação e Cultura Digital”, o programa procurará desenvolver no estudante a habilidade de trabalhar com dados através do estudo do monitoramento e inteligência de mídias sociais, do factchecking, da pesquisa de mercado, utilizando conceitos amplamente empregados em Big Data e Business Intelligence para estudar comportamentos sociais no contexto da digitalização, como a mineração de dados, data visualization e o machine learning.

Finalmente, todas as dimensões do impacto da modernidade na indústria de produção de conteúdo informativo são passíveis de análise nesta linha de pesquisa, tais como: jornalismo de dados; jornalismo e mídias sociais; monitoramento e análise de métricas jornalísticas; financiamento da atividade jornalística; jornalismo automatizado; e ética, tecnologia e atividade jornalística.

II – Mídia, Comunicação e Cultura Digital



A linha de pesquisa “Mídia, Comunicação e Cultura Digital” insere-se no contexto da crescente complexidade dos desafios comunicacionais enfrentados pelas organizações no século XXI. Trata-se, portanto, de um espaço de estudo e reflexão acerca dos processos e estratégias de comunicação de organizações públicas, privadas e do terceiro setor. O foco é no impacto da “hiperconexão” da sociedade contemporânea nas relações sociais, culturais e econômicas e, conseqüentemente, nas estratégias de comunicação das organizações.

Nesse sentido, a linha contempla a avaliação da gestão de práticas e processos comunicacionais no âmbito da informação e comunicação institucional, analisando-se o papel das narrativas contemporâneas midiáticas como vetores de socialização e os seus efeitos sociais na estruturação de formas de consciência, percepção, memória, ideologias e resistências, em diversos níveis territoriais. Logo, a linha de pesquisa contempla diversas das temáticas mais debatidas atualmente, como o ecossistema midiático e seu papel nas esferas da sociedade, a comunicação organizacional e sua importância para a construção da imagem institucional, a atuação do comunicador como mediador no processo de representação e de construção da realidade social, o estudo das práticas intermediais contemporâneas, dentre outros temas que serão abordados frequentemente nas disciplinas.

Serão investigadas, ainda, as estratégias adotadas no âmbito da comunicação institucional e organizacional perante a crescente “mídiação” da sociedade. Essas pesquisas, naturalmente, podem tomar diferentes formas, analisando temas tão diversos como as linguagens e discursos midiáticos; as dinâmicas sociocomunicativas nas redes sociais; os usos e apropriações em ambientes comunicacionais digitais; o planejamento e a gestão da comunicação organizacional em ambientes digitais e sua influência sobre a imagem, identidade e o consumo; e as interfaces entre comunicação organizacional, sustentabilidade, responsabilidade social e governança corporativa.

Além disso, os estudos conduzidos pela linha de pesquisa buscarão qualificar o discente a aplicar e desenvolver técnicas robustas de monitoramento e avaliação de estratégias de comunicação. Procurará, assim, desenvolver no estudante a habilidade de trabalhar com dados: entender bases de dados existentes, estabelecer relacionamentos entre diferentes bases de dados, compreender os aspectos éticos relacionados à coleta de dados e, principalmente, lançar mão desses dados para responder perguntas de pesquisa relevantes, em campos tão diversos como governança e democracia digitais; automonitoramento, privacidade e identidade; gênero raça e preconceitos digitais; entre outros.

3. ESTRUTURA CURRICULAR

O processo formativo do Mestrado contempla disciplinas que relacionem problemas concretos à comunicação digital. Além disso, a matriz curricular foi concebida de maneira a fornecer ao aluno uma formação completa e multidisciplinar, envolvendo diversas áreas de conhecimento: marketing, jornalismo, tecnologia, neurociência, regulação de novas tecnologias, ciência política, entre outras.

O Programa está organizado a partir da oferta de disciplinas de 02 créditos (36 horas/aula), sendo 5 disciplinas obrigatórias – totalizando 10 créditos – e 8 disciplinas optativas – contabilizando outros 16 créditos. Há, ainda, a previsão de 6 créditos para as



atividades de elaboração da Dissertação. Ao final do curso, o discente deverá ter cursado 32 créditos.

O curso regular é desenvolvido em até 2 anos letivos, com oferta bimestral de disciplinas. As disciplinas são oferecidas em encontros mensais às quintas e sextas (tarde e noite) e aos sábados (manhã e tarde), o que permite aos interessados conciliar a sua participação no mestrado com o exercício profissional. Ao todo, são realizados 13 encontros mensais de três dias de aulas (quinta, sexta e sábado).

DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS		
Disciplina	(h/a)	Créditos
Neurociência e Comunicação Digital	36	2
Teorias da Comunicação	36	2
Campanhas Digitais: Gestão, Monitoramento e Avaliação	36	2
Projeto de Pesquisa em Comunicação	36	2
Técnicas de Pesquisa em Comunicação	36	2

As disciplinas optativas são organizadas, para fins didáticos, em torno de quatro áreas de interesse:

- I. Neurociência, Marketing Digital e Comportamento do Consumidor;
- II. Comunicação Digital, Jornalismo e Marketing Político;
- III. Comunicação Digital Aplicada ao Setor Público;
- IV. Jornalismo, Tecnologia e Inovação.

Entre as oito disciplinas optativas que deverá cursar, o estudante poderá optar por qualquer combinação de disciplinas das cinco áreas de interesse, de forma a melhor atender aos objetivos de sua pesquisa.

ÁREA I: NEUROCIÊNCIA, MARKETING DIGITAL E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR		
Disciplina	(h/a)	Créditos
Neurociência, Consumo e Marketing	36	2
Comportamento do Consumidor: Desenho de Experiências e Jornadas	36	2
Digital e Social Media Marketing	36	2
Planejamento de Mídia: Inovações, Desafios e Tendências	36	2
Ciência de Dados Aplicada ao Marketing	36	2



Experimentos, Modelagem em Marketing e Growth Hacking	36	2
---	----	---

ÁREA II: COMUNICAÇÃO DIGITAL, JORNALISMO E MARKETING POLÍTICO

Disciplina	(h/a)	Créditos
Fundamentos do Marketing Político e Eleitoral	36	2
Campanha Eleitoral: Planejamento, Conteúdo e Mobilização	36	2
Semiótica, Storytelling e Discurso Político	36	2
Opinião Pública, Pesquisa e Comportamento Eleitoral	36	2
A Cobertura Jornalística da Política	36	2

ÁREA III: COMUNICAÇÃO DIGITAL APLICADA AO SETOR PÚBLICO

Disciplina	(h/a)	Créditos
Fundamentos da Comunicação Digital no Setor Público	36	2
Relacionamento com a Imprensa e Gestão de Crises no Setor Público	36	2
Marketing Digital Aplicado ao Setor Público	36	2
Proteção de Dados e Regulação de Novas Tecnologias	36	2
Gestão e Avaliação de Projetos de Comunicação no Setor Público	36	2

ÁREA IV: JORNALISMO, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Disciplina	(h/a)	Créditos
Jornalismo Digital – Inovação, Produção e Recepção de Conteúdo	36	2
Narrativas e discursos no jornalismo: técnicas e formatos da notícia	36	2
Fact-Checking e Combate à Desinformação nas Redes Sociais	36	2
Laboratório de Jornalismo Digital – Presente e Futuro	36	2
Laboratório de Jornalismo Investigativo – Redes de Desinformação	36	2



4. COORDENAÇÃO

A Coordenação do curso é realizada pelo **Professor Edwaldo Costa**, Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, com Pós-Doutorado pela Universidade de São Paulo e pela Toronto Metropolitan University.

5. CORPO DOCENTE

Para o período letivo de 2024, o Corpo Docente do Mestrado em Comunicação do IDP está constituído pelos seguintes professores*:

ADRIANO WARKEN FLORIANI

Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília.
Sócio-Diretor na FSB Comunicação.

ALEXANDRE LENZI

Doutor em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina, com Pós-Doutorado pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul.
Consultor na área de assessoria de imprensa, produção de conteúdo e marketing digital.

BRUNO SABOYA ARAGÃO

PhD em Administração com ênfase em Marketing pela Universidade de Brasília.
Especialista em Comportamento do Consumidor, Marketing Digital e Consumo Consciente.

ÉBIDA ROSA DOS SANTOS

Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília, com período sanduíche em Brunel University London.
Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Mídia e Política (NEMP). Consultora de Comunicação na UN Environment Programme.

EDWALDO COSTA

Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, com Pós-Doutorado pela Universidade de São Paulo e pela Toronto Metropolitan University.
Trabalhou em diversos órgãos de imprensa nacional e internacional.



ÉRICA ANITTA

Doutora em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais, com Pós-Doutorado em Comunicação pela mesma instituição.

Pesquisadora do Grupo de Opinião Pública. Especialista em comunicação política, opinião pública, marketing e propaganda política, internet e política, comportamento político e eleitoral.

FRANCISCO DE ASSIS FERNANDES BRANDÃO JÚNIOR

PhD em Ciência Política pela University of California.

Desde 2005, atua como Assessor de Imprensa da Câmara dos Deputados. Especializado em Democracia Digital, Redes Sociais e o papel do Marketing Digital em Campanhas Eleitorais.

ISA COELHO STACCIARINI

PhD em Comunicação pela Universidade de Brasília.

Trabalha com comunicação há mais de uma década, com passagens por jornal impresso (Correio Braziliense), online (Correioweb), TV (Record e TV Brasília) e rádio (CBN).

LILIANE DE LUCENO ITO

Doutora em Comunicação pela Unesp e Pós-Doutoranda pela ESPM.

Experiência profissional como redatora, repórter e editora de equipe, no segmento de revistas impressas e comunicação digital e comunicação digital durante mais de 10 anos.

LUCIANA ANDRADE

PhD em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais.

Pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias (CCNM). Especialista em convergência midiática, comunicação digital, gestão de redes e mídias sociais, semióticas e transmídia.

MARCIO CAMARGO CUNHA FILHO

Doutor em Direito pela Universidade de Brasília.

Servidor de carreira da Controladoria-Geral da União. Especializado em Pesquisas e fontes oficiais, transparência e Lei de Acesso à Informação.

MIRIAM WIMMER

Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília.

Diretora da Autoridade Nacional de Proteção de Dados - ANPD.

TAIS SEIBT

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Experiência em diversos órgãos e veículos de imprensa (Zero Hora, Estado de São Paulo, O Globo, The Intercept, entre outros).



TIAGO BARCELOS

Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais, com período sanduíche na Ecole des Hautes Études en Sciences Sociales de Paris, com Pós-Doutorado pela Universidade Federal de Minas Gerais.

* o corpo docente poderá sofrer alterações

6. INGRESSO – PROCESSO SELETIVO

O processo seletivo do Mestrado em Comunicação é regulamentado por edital próprio e tem por objetivo selecionar os candidatos. De forma resumida, o processo de seleção é dividido em três fases:

1a. Fase: Inscrição

Documentação:

- Currículo
- Carta de Apresentação

2a. Fase: Análise da documentação – o candidato será avaliado como ‘Aprovado’ ou ‘Reprovado’. Em caso de aprovação, há convocação para 3ª fase;

3a. Fase: Avaliação oral com banca examinadora – as Avaliações são realizadas no formato remoto e têm duração aproximada de 15 (quinze) minutos por candidato. A banca examinadora leva em consideração a trajetória acadêmica e profissional, a postura, oralidade e desenvoltura do candidato, bem como a capacidade de raciocínio a partir das perguntas apresentadas pela banca de seleção, a motivação, a adequação à proposta do curso e a capacidade de implementar o conhecimento adquirido durante o Programa no desenvolvimento das organizações em que trabalha e da sociedade em geral. É atribuída uma nota de 0 (zero) a 10(dez) pontos à Avaliação, conforme os critérios elencados, e a nota mínima para aprovação é 7 (sete). Em caso de aprovação, há convocação para matrícula.

7. CARGA HORÁRIA E DURAÇÃO

O curso possui carga horária total de 576 horas/aula e a duração máxima de 2 (dois) anos letivos (4 semestres), incluído o prazo para a elaboração, defesa e depósito final da Dissertação.



8. INÍCIO E HORÁRIOS DAS AULAS

Os encontros ocorrem de maneira mensal, de acordo com os seguintes horários:

- Remotos (semana I):

Terça e quinta: das 19h00 às 21h30;

- Presenciais (semana II):

Quinta (13h00 às 16h30 e 17h00 às 20h30), sexta (13h00 às 16h30 e 17h00 às 20h30) e sábado (08h30 às 12h00 e 13h00 às 16h30).

9. LOCAL DE REALIZAÇÃO DO CURSO

O curso será ministrado no IDP Norte (SGAN Quadra 609, Módulo 49, Brasília-DF, CEP: 70830-401).

10. BIBLIOTECA DO IDP

Atualmente, a Biblioteca possui um acervo com, aproximadamente, 20 mil documentos, entre livros, obras de referência (dicionários, enciclopédias, etc.), coleções especiais, periódicos científicos, cd-roms e outros materiais audiovisuais. O acervo bibliográfico inclui obras em português, espanhol, inglês, francês, italiano e uma coleção especial em alemão.

As atividades de rotina da Biblioteca, incluindo a consulta e o empréstimo, são gerenciadas pela base de dados PHL - Personal Home Library. O padrão do registro utilizado pelo PHL baseia-se no formato UNISIST/Unesco, compatibilizado com os padrões internacionais de intercâmbio de informações. O programa de automação possibilita a elaboração de relatórios, dentro das normas da Associação Brasileira de normas técnicas - ABNT, e a consulta ao catálogo e a reserva podem ser feitas via internet.

Além da organização e atualização, a Biblioteca do IDP se caracteriza pela participação ativa na vida acadêmica dos alunos IDP, seja realizando pesquisas bibliográficas, auxiliando na normalização de monografias ou mesmo divulgando eventos, palestras e demais informações de interesse do corpo discente.

A biblioteca destaca-se também pela política de **acervo digital** por meio da qual se adquiriu plataforma de acesso online de diversas obras e periódicos, o que favorece a maior acessibilidade do aluno e, conseqüentemente o aprofundamento de seus estudos.

A plataforma Minha biblioteca está integrada em nosso catálogo online (SOPHIA) e conta atualmente com mais de 7 mil e-books, de diferentes áreas de atuação. A plataforma também pode funcionar como um leitor de livros, dando **maior acessibilidade** ao acervo.

Nossos alunos também possuem acesso ao Periódico CAPES: uma biblioteca virtual que reúne e disponibiliza a instituições de ensino e pesquisa no Brasil o melhor da produção científica internacional. Ele conta com um acervo de mais de 45 mil títulos com texto completo, 130 bases referenciais, 12 bases dedicadas exclusivamente a patentes, além de livros, enciclopédias e obras de referência, normas técnicas, estatísticas e conteúdo



audiovisual.

Por fim, é também disponibilizado o acesso a Thomson Reuters ProView, plataforma de e-books, e a RT Online, plataforma de periódicos com 34 títulos de Revistas, além das coleções RT Doutrinas.

11. INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Além de uma conceituada estrutura acadêmica, o IDP oferece ao corpo docente e discente instalações modernas e eficientes, em dois campus, com locais particularmente privilegiados (Asa Norte e Asa Sul, em Brasília):

1. Salas de aula modernas, amplas e confortáveis.
2. Biblioteca informatizada com grande acervo de livros e periódicos.
3. Acessibilidade para portadores de necessidades especiais.
4. *Foyer* para realização de eventos acadêmicos.
5. Auditório e teatro.
6. Laboratórios de iMac e Dell.
7. Espaço de Podcast.
8. Studio de gravação.

Hoje, o IDP significa um referencial para a especialização, extensão universitária e o aperfeiçoamento profissional. Em todas as suas atividades tem contado com a presença de profissionais das mais diversas áreas de atuação, seja na área privada ou pública, como servidores de diversos órgãos da Administração Federal e do Distrito Federal (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Confederação Nacional da Indústria – CNI, Confederação Nacional do Comércio – CNC, Controladoria-Geral da União – CGU, Advocacia-Geral da União, Escola da AGU, Ministério da Saúde, Presidência da República, Previdência Social, Receita Federal do Brasil, Senado Federal, Unilegis, Superior Tribunal de Justiça – STJ, Supremo Tribunal Federal – STF, Tribunal de Justiça do Distrito Federal – TJDF, Tribunal Superior do Trabalho – TST). É expressiva também a participação de profissionais da advocacia e de estudantes de todos os níveis de ensino nos eventos do Instituto.

12. INVESTIMENTO

De acordo com os períodos de inscrições previstos no item 6 do Edital 1.2024, o(a) candidato(a) aprovado(a) no processo seletivo deverá realizar o pagamento da seguinte taxa de matrícula:



- . Candidato(a) inscrito(a) até o dia 31 de outubro: R\$1.000,00
- . Candidato(a) inscrito(a) a partir de 1º de novembro: R\$2.000,00

O investimento do curso de Mestrado em Comunicação é apresentado na tabela a seguir, vigente para ingresso no primeiro semestre de 2024.

Condição	Valor unitário	Desconto
À Vista	R\$ 63.450,00	10%

Parcelas	Valor Parcela	Total (unitário)
24 parcelas	R\$ 2.790,63	R\$ 66.975,12
30 parcelas	R\$ 2.350,00	R\$ 70.500,00
36 parcelas	R\$ 1.958,34	R\$ 70.500,24

Os valores apresentados na tabela acima podem ser pagos por meio de boleto bancário ou nota de empenho:

Razão Social: Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa Idp - Ltda
CNPJ: 02.474.172/0001-22 (cadastrado no SICAF)
Endereço sede: SGAS 607 – Módulo 49 – L2 Sul, Asa Sul - Brasília/DF - CEP 70.200-670
Tele/Fax : (61)
E-mail: mestrado.atendimento@idp.edu.br
Site: <https://www.idp.edu.br/mestrado/comunicacao-digital/matriculas-abertas/>

Brasília, 23 de outubro de 2023

Renan Silveira Holtermann

Gerente Acadêmico

Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu do IDP