

Estudo Técnico Preliminar 4/2024

1. Informações Básicas

Número do processo: 17944.105463/2023-12

2. Descrição da necessidade

2.1. De acordo com o Regimento Interno da Secretaria do Tesouro Nacional (STN), em seu art. 41, a Gerência de Monitoramento de Fundos Garantidores (GEMOF), que integra a Coordenação-Geral de Planejamento e Riscos Fiscais (COPEF), tem entre as atribuições relacionadas ao planejamento estratégico “Aprimorar a produção e **comunicação** de dados e informações relevantes para a tomada de decisão”:

- VII - às **atividades de Secretaria-Executiva** dos órgãos colegiados vinculados aos Fundos Garantidores dos quais a União seja cotista;
- VIII - à **elaboração do posicionamento da Secretaria do Tesouro Nacional** nas Assembleias dos Fundos Garantidores dos quais a União seja cotista; e IX - à manifestação sobre propostas de legislação que regulamente a participação da União em Fundos Garantidores.

Observa-se que são atribuições essencialmente de comunicação.

2.2. Assim, considerando a relevância dos temas acima para a Secretaria do Tesouro Nacional, bem como a natureza ampla e dinâmica de cada um deles, faz-se necessário que os servidores da GEMOF possuam conhecimento aprofundado e atualizado em comunicação, possibilitando-lhes alcançar elevados padrões de desempenho. O programa de Mestrado em Comunicação Digital surge como um poderoso instrumento de capacitação para nos ajudar a implementar estratégias eficientes de comunicação digital, interna e externamente. Partindo da produção de dados analíticos, poderemos desenvolver ações de excelência no âmbito da comunicação digital e nos posicionar em níveis superiores como referência.

2.3. Nesse sentido, solicita-se a contratação de um programa de Mestrado em Comunicação Digital para o servidor Haroldo Moscheta Gonçalves, que integra a referida gerência.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
3.1. Coordenação-Geral de Planejamento e Riscos Fiscais	CRISTIANO BENEDUZI

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1. Elencam-se como requisitos necessários e suficientes à escolha da solução:

- natureza não-continuada da prestação;
- conteúdo abrangente e atualizado em estratégias de comunicação digital, envolvendo áreas de marketing, neurociência e ciência política.
- prestação do serviço por empresa ou instituição que detenha notória especialização, haja vista tratar-se de serviço técnico profissional especializado e a relevância da capacitação em tela para a STN;
- a capacitação deve ter como público-alvo servidores públicos que atuam em áreas de comunicação e produção de dados;
- deve ser ministrada nas modalidades à distância e presencial, em Brasília; e
- deve ser iniciada no 1º semestre de 2024.

4.2. Não haverá exigência da garantia da contratação dos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, uma vez que não é usual esse tipo de exigência em contratações de capacitação. Ademais, por se tratar de inexigibilidade de licitação, a exigência de garantia da contratação pode afastar o interesse da pretensa contratada em celebrar o contrato com a Administração.

5. Levantamento de Mercado

5.1. Inicialmente, registra-se que, conforme a Orientação Normativa nº 18 de 2009, da Advocacia-Geral da União, a contratação de serviço de treinamento e aperfeiçoamento de pessoal enquadra-se na hipótese de inexigibilidade de licitação prevista no art. 25 da Lei nº 8.666/93. Confira-se:

“Contrata-se por inexigibilidade de licitação com fundamento no art. 25, caput ou inciso II, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, pessoas naturais e jurídicas para ministrar cursos fechados para treinamento e aperfeiçoamento de pessoal ou a inscrição em cursos abertos. O art. 25, caput, como fundamento, impõe a constatação da inviabilidade de competição por ausência de critério objetivo de seleção ou por exclusividade do objeto perseguido pela administração, mediante robusta instrução dos autos do processo administrativo, sem prejuízo da fiscalização e controle ainda maiores por parte dos órgãos competentes. A motivação legal com base no art. 25, inciso II, da Lei nº 8.666, de 1993, exige a identificação dos requisitos da notória especialização e da singularidade do curso.”

5.2. Embora a supracitada Orientação refira-se à Lei nº 8.666/93, revogada pela Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, entende-se o seu conteúdo é válido e aplicável ao artigo 74, inciso III, alínea f, da Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos, uma vez que os dispositivos são equivalentes.

5.3. Isto posto, realizou-se levantamento de mercado com vistas a identificar um curso que atenda aos requisitos da contratação previstos no item 4 deste estudo e que seja ministrado por instituição de notória especialização. Sob esta perspectiva, identificou-se o Mestrado em Comunicação Digital, realizado pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa- IDP, e, pelas razões abaixo, propõe-se a sua contratação:

5.3.1. singularidade do serviço: o conteúdo programático, o objetivo da capacitação e as competências nela desenvolvidas são plenamente adequados à demanda da Administração. Além disso, as características pessoais e subjetivas dos professores também conferem singularidade à capacitação em tela.

5.3.2. notória especialização da pretensa contratada, comprovada por meio de:

- experiência no mercado - o IDP é um conceituado centro de estudos e de reflexões sobre a Administração Pública, Economia, Direito, Relações Internacionais e Comunicação, com foco no setor público e com mais de 25 anos de atividade no mercado;
- prêmios recebidos, como, por exemplo, o maior prêmio de jornalismo de dados do Brasil, "Prêmio Cláudio Weber Abramo", recebido durante a 8ª edição da Conferência Brasileira de Jornalismo de Dados e Métodos Digitais;
- boas avaliações de cursos oferecidos - avaliações anuais realizadas pela CAPES na Plataforma Sucupira - <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/programa/quantitativos/quantitativoPrograma.jsf?areaAvaliacao=0&cdRegiao=5&sgUf=DF&ies=5163>;
- currículos dos professores*, conforme se observa:

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 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. Descrição da solução como um todo

- 6.1. O curso de Mestrado em Comunicação Digital tem como objetivo formar pesquisadores e profissionais capazes de alinhar conhecimentos teóricos, metodológicos e instrumentais ao processo criativo e à gestão de estratégias de comunicação na Secretaria do Tesouro Nacional.
- 6.2. A referida capacitação é destinada a profissionais que atuam em áreas de comunicação e produção de dados.
- 6.3. A carga horária é de 576 horas.
- 6.4. O conteúdo programático do curso 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), conforme descrito abaixo:

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

6.5 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

6.5. Será desenvolvida a competência em comunicação em diversas áreas de abrangência.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

7.1. 1 (uma) matrícula no Mestrado em Comunicação Digital.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 67.975,12

8.1. A contratação tem custo estimado de R\$ 67.975,12 (sessenta e sete mil novecentos e setenta e cinco reais e doze centavos).

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1. Não há possibilidade de parcelar a solução, pois trata-se de contratação de um único item.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

10.1. Não há contratações correlatas e/ou interdependentes.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

11.1. A contratação em questão:

- possui alinhamento com o Planejamento Estratégico Institucional (PEI) da STN para o período de 2022 a 2025, sobretudo com o objetivo de "valorizar e potencializar as pessoas do Tesouro Nacional com foco na transformação digital e no desenvolvimento de competências comportamentais e gerenciais";
- tem adequação ao Plano de Desenvolvimento de Pessoas 2024 (PDP), que tem como finalidade alinhar as necessidades de desenvolvimento à estratégia do órgão ou da entidade; e
- está incluída no Plano de Contratações Anual 2024 (PCA) da STN.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

12.1. Ao realizar a capacitação, espera-se que o servidor adquira:

- desenvolvimento de técnicas robustas de monitoramento e de avaliação de estratégias de comunicação;
- compreensão dos aspectos éticos relacionados à coleta de dados;
- habilidade de trabalhar com dados através do estudo do monitoramento e inteligência de mídias sociais, do *fact checking*, da pesquisa de mercado;
- conhecimento sobre como 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;
- visão de novas estratégias e modelos de comunicação em um cenário caracterizado pela constante transformação social, econômica, cultural e tecnológica
- ampla visão de contextualização de macroanálises com as realidades profissionais experimentadas cotidianamente pelo servidor;
- conhecimentos necessários para implementar uma estratégia de comunicação digital, interna e externa, que diferencie a STN no mundo corporativo.

13. Providências a serem Adotadas

13.1. Não há providências a serem adotadas previamente à celebração do contrato.

14. Possíveis Impactos Ambientais

13.1. Não há providências a serem adotadas previamente à celebração do contrato.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

15.1. Esta equipe de planejamento declara **viável** em função da plena adequação da solução escolhida à demanda da Administração, bem como do alinhamento aos instrumentos de planejamento da STN.

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

TEDEA DE ABREU TEIXEIRA

Integrante Técnica



Assinou eletronicamente em 23/01/2024 às 15:21:48.

SILVIA CRISTINA ALVES

Integrante Técnica



Assinou eletronicamente em 23/01/2024 às 15:44:10.

MAITE PINHEIRO DE ABREU ABRANTES

Integrante Administrativa



Assinou eletronicamente em 23/01/2024 às 15:33:25.

HAROLDO MOSCHETA GONCALVES

Integrante Requisitante



Assinou eletronicamente em 23/01/2024 às 15:37:18.

