

Ação 6: Consolidar propostas de prevenção à prática da corrupção fomentando a integridade social e a educação para a cidadania.

Coordenador: CNMP

Coordenador Adjunto: SEGOV/PR

Colaboradores: ADPF, AGU, AJUFE, ANAPE, ATRICON, BB, BNDES, CAIXA, CASA CIVIL RS, CGU, CJF, COAF, CONACI, FEBRABAN, MD, MPF, MPMA, MPPE, MPPI, MPT, RFB, TCU.

Produtos esperados:

- 1) Diretrizes definidas por meio de experiências nacionais e internacionais para a formação de cidadão ético e participativo;
- 2) Banco de boas práticas e iniciativas referentes a esse tema, disponibilizado em plataforma digital acessível a qualquer cidadão;
- 3) Programa de educação cidadã que reúna práticas de educação que tenham tido bons resultados, oferecendo-as aos ambientes com maior pertinência.

MEMÓRIA DA 4ª REUNIÃO

1. Informações gerais

- **Data e horário:** 21 de junho de 2017, 14h30.
- **Local:** Sala de Reuniões 210 – DRCI/MJ, Brasília – DF.
- **Pauta:** Informes sobre os andamentos dos trabalhos dos subgrupos (GTs 1-4) e próximos passos.
- **Presentes:** AGU, Casa Civil / RS (P/VC), BNDES, CAIXA, Câmara dos Deputados, CGU, CNMP, COAF, CONACI (Convidado), FEBRABAN, FOPROP (Convidado), MPF, Observatório Social de Brasília (Convidada), RFB, SEGES/MP, SEGOV/PR e TCU.

2. Resumo das discussões

- CNMP – inicia a reunião com o relato dos últimos encontros da coordenação com possíveis parceiros: Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, Ministério da Educação e Ministro da CGU.

Informa que serão enviadas duas tabelas a todos os colaboradores da Ação para preenchimento conforme segue, até a data de 28 de junho:

- Tabela 1 – Relação de possíveis parceiros, públicos e privados, que podem contribuir para a divulgação da campanha e do chamamento público;
- Tabela 2 – Relação de possíveis candidatos ao chamamento.
- SEGOV/PR – confirma que o último mês foi bem produtivo e diversas frentes avançaram. Edital e campanha já estão a ponto de serem lançados. Apesar da escassez de recursos, a missão do grupo para os próximos meses deve ser divulgar amplamente a campanha. E, com relação às listas comentadas pelo CNMP, ainda não será necessário realizar

efetivamente os contatos. Isso deverá ser feito apenas quando as peças da campanha estiverem prontas.

Informa que a Câmara dos Deputados, através do seu Laboratório Hacker, está ajudando na construção do ambiente. A página para a seleção das propostas ficará hospedada no portal desafio.leg.br. Explica no que consiste esse portal e esperam que entre 10 e 15 dias, essa parte já esteja pronta. Acrescenta que, provavelmente, a página estática da campanha ficará hospedada em ambiente da CGU.

Por fim, pondera que levarão ao GGI a proposta de ter um momento na Plenária da ENCCLA, ao final do ano, para rodada de apresentação dos projetos que irão compor o Banco de Propostas.

Grupo de Trabalho 1 – Edital

- SEGOV/PR – informa que todas as contribuições recebidas foram consolidadas e enviadas para a aprovação do GT 1. Como não houve mais nenhuma observação, o grupo considerou que o trabalho está concluído. Não haverá mais alterações no texto, exceto se for verificado algum erro. Aguarda-se agora apenas a data para o lançamento.

Complementa que todas as incumbências relacionadas no edital estão direcionadas ao CNMP. Embora ainda exista a possibilidade de compartilhar essas responsabilidades com a CGU, conforme conversado em reunião com o Ministro daquela Pasta (a confirmar).

Além disso, o documento já está com a equipe que está trabalhando na montagem da plataforma que receberá as propostas.

Grupo de Trabalho 3 – Campanha

- SEGOV/PR – lamenta que as peças da campanha ainda não estejam prontas e explica as razões para tal. O grupo está trabalhando bastante no conceitual e na linguagem da campanha, para que se converta num diálogo inteligente e estimulante (e não desmotivador), conduzindo à formação de agendas públicas positivas para os próximos anos. E isso é bastante complexo.
- CNMP – endossa a fala da SEGOV/PR sobre a importância de se buscar um approach afirmativo para a campanha. Por isso, a melhor forma de tocar o público ainda está sendo estudada. Apesar disso, espera-se que tudo esteja pronto até o dia 10 de julho. Nesse sentido, e com vistas a não atrasar o trabalho e as entregas da Ação, sugere antecipar a próxima reunião do grupo para o dia 25/07.
- Grupo concordou com a antecipação da próxima reunião para o dia 25/07.
- SEGOV/PR – compromete-se a enviar toda a documentação referente à campanha para o grupo analisar até 15 dias antes da reunião, dia 10/07. Se tudo correr conforme esse planejamento, a ideia é desmarcar a reunião prevista para agosto para que o grupo tenha tempo e disponibilidade para investir na divulgação da campanha.

Solicita que os órgãos presentes também compartilhem as ações de prevenção primária que já possuem, para que sejam incluídas no rol de atividades possíveis para quem for aderir à campanha.

- CONACI – apresenta mais detalhadamente os conceitos que estão sendo utilizados para a concepção da campanha. Construção da narrativa. Caráter contínuo. Design. Manifesto da marca. Narrativa. Design da marca. Peças de apoio. Funcionamento. Adesão. Atribuições dos parceiros. Por fim, coloca em debate o nome que será dado ao Programa, apresentando duas propostas preliminares e os pontos fortes de cada uma delas:
 - Programa Nacional de Prevenção Primária à Corrupção (PNPPC);
 - Programa Nacional de Valorização Primária da Integridade (PNVPI);
 - Pro(íntegra)
 - Outra sugestão do grupo.
- Grupo discute durante algum tempo os aspectos positivos e negativos de cada um dos nomes apresentados e também fazem sugestões.
- CNMP – estão mais propensos a adotar o primeiro título sugerido. Primeiro porque tem um apelo mais forte. Segundo porque pode-se desperdiçar um tempo precioso até as pessoas entenderem o conceito de integridade. Ainda assim, independente do nome do Programa, a comunicação dar-se-á através de um nome fantasia (marca), tal qual aconteceu com as ‘10 Medidas contra a corrupção’.
- AGU – parabeniza a coordenação pela série de boas notícias. Concorde que algumas questões que preocupavam bastante parecem ter sido superadas, como, por exemplo, a comunicação. A integração do Laboratório Hacker, nesse sentido, foi um avanço importante. Parabeniza também a estruturação da campanha em nível de design.

Faz algumas sugestões: 1) Ampliar o prazo para o envio de propostas de 30 para 45 dias; 2) Com vistas a convidar de maneira pública os potenciais interessados em participar do programa (divulgação ampla), contatar a assessoria de comunicação de cada órgão para coordenar a divulgação juntamente com CNMP e CGU.

- SEGOV – não haviam pensado em assessoria de imprensa para o lançamento na mídia, mas considera a ideia superimportante. Pensa na produção de algum release para que as comunicações possam lança-lo simultaneamente.

Sobre a extensão do prazo, serão concedidos 45 dias ou até mais. Se assim for, o prazo de avaliação das propostas deverá ser encurtado, mas isso não parece um problema grave, já que as comissões começarão a trabalhar a partir do envio da 1ª proposta. Serão montadas várias comissões para a avaliação das propostas.

- FOPROP – parabeniza todo o trabalho que vem sendo desenvolvido. Uma ação dessa envergadura terá um impacto enorme em toda a educação básica. Contudo, pondera que terá de ser feito um esforço maior para traduzir a mensagem que se quer passar para uma linguagem mais adequada para o Brasil como um todo. Faz essa observação para que o grupo reflita sobre o próprio título da campanha, algo que tenha apelo emocional, filosófico,

político e até sentimental. O tema da integridade é bastante complexo e sistêmico, mas ele não produz esse apelo, sobretudo nos jovens.

Por fim, ressalta a importância da participação do MEC nesse trabalho, dada a sua capilaridade, e coloca-se a disposição para auxiliar no que for necessário, principalmente, compartilhando os contatos da enorme rede de instituições vinculadas e parceiros.

- SEGOV – parabeniza o CONACI pela estruturação da campanha e do programa. Pondera apenas sobre as implicações do uso do termo Programa, que envolve uma estruturação diferenciada em eixos, objetivos.
- CONACI – esclarece que tem utilizado a definição de programa segundo o PMBOK. Mas, concorda que se o programa partir para o sentido de programa público, realmente ele deverá ser estruturado de acordo com as diretrizes aplicáveis.
- Observatório Social de Brasília – sugere que os colaboradores produzam artigos sobre o tema, nesse esforço de comunicação. E solicita que o release de comunicação seja feito o quanto antes, mesmo que as peças da campanha ainda não estejam prontas.
- CNMP – considera excelente a ideia de o grupo escrever artigos e informa que compartilharão a lista de referenciais teóricos que já tem identificada.

3. Encaminhamentos

- **Até o dia 23 de junho**, a coordenação da Ação enviará as listas para preenchimento a todos os colaboradores da Ação.
 - Lista 1 – Relação de possíveis parceiros, públicos e privados, que podem contribuir para a divulgação da campanha e do chamamento público;
 - Lista 2 – Relação de possíveis candidatos ao chamamento.
- **Até o dia 30 de junho**, os colaboradores deverão enviar as listas preenchidas para a coordenação da Ação.

4. Próxima reunião

- Dia 25 de julho de 2017, às 14h30, no DRCI/MJ.
- Pauta:
 - Apresentação das peças da campanha publicitária.

Brasília, 23 de junho de 2017.

Secretaria Executiva da ENCCLA
Coordenação-Geral de Articulação Institucional
Departamento de Recuperação de Ativos e Cooperação Jurídica Internacional
Secretaria Nacional de Justiça e Cidadania
Ministério da Justiça