

PLANO DE TRABALHO “O QUE VOCÊ TEM A VER COM A CORRUPÇÃO?”

GESTÃO: 2012

COORDENADOR NACIONAL: DR. JAIRO CRUZ MOREIRA

INTRODUÇÃO

As referências para elaboração deste Plano de Trabalho da Campanha “O que você tem a ver com a corrupção?” para o ano de 2012 foram deliberadas na 5ª Reunião Ordinária – Projeto “O que você tem a ver com a corrupção?” realizada em Maceió-AL nos dias 01 e 02/03/12, com a participação da maioria dos ramos dos Ministérios Públicos.

1. DA JUSTIFICATIVA

A campanha “O QUE VOCÊ TEM A VER COM A CORRUPÇÃO?” foi idealizada pelo Promotor de Justiça do Ministério Público de Santa Catarina, Dr. Affonso Ghizzo Neto, e lançada em 27 de agosto de 2004, com o objetivo de conscientizar toda a sociedade, especialmente crianças e adolescentes, sobre o valor da honestidade e transparência das atitudes do cidadão comum, destacando atos rotineiros que contribuem para a formação do caráter. Em 2005, a campanha foi vencedora do II Prêmio Inovare, na categoria Ministério Público.

Em 2008, com o apoio do Conselho Nacional dos Procuradores-Gerais (CNPJ) e da Associação Nacional dos Membros do Ministério Público (CONAMP), iniciou-se a nacionalização da campanha, com o objetivo de colocá-la em prática em todo o território nacional, ganhando força com o ato nº 001/2008 do CNPJ, que determinava a institucionalização da campanha no âmbito dos Ministérios Públicos Estaduais e Federal.

Para a institucionalização da campanha é preciso entender o que é a corrupção, sendo um mal que afeta toda a sociedade, pois arruína a prestação dos serviços públicos e o desenvolvimento social e econômico dos países, corrói a dignidade dos cidadãos, deteriora o convívio social e compromete a vida das gerações atuais e futuras. A luta contra a corrupção exige uma mudança cultural e de comportamento de cada cidadão, porque uma sociedade só se modifica quando os indivíduos que a compõem se modificam. Isoladamente, pode parecer difícil, mas com o comprometimento e esforços de todos é possível detê-la.

Para enfrentar essa batalha uma das principais armas é a educação. Apenas com a formação de cidadãos conscientes, comprometidos com a ética, a moral, a cidadania e a honestidade, podemos construir uma sociedade livre da corrupção.

Outro fator relevante nesta batalha é a adoção de medidas que contribuam para a diminuição da burocracia judicial e para a melhoria dos serviços da Justiça, com o fim de tornar mais eficaz a punição de corruptos e corruptores. Esta visão estimula a criação de soluções possíveis de serem executadas, como a atuação por meio da mobilização e conscientização social. É extremamente importante conscientizar a juventude brasileira sobre as consequências dos vícios e das condutas desonestas.



Segundo o Índice de Percepção da Corrupção 2011, da ONG Transparência Internacional (<http://cpi.transparency.org/cpi2011/results/#CountryResults>), que coloca os países em uma escala de zero a dez, com zero indicando altos níveis de corrupção e dez, baixos níveis, o Brasil está na 73ª posição, entre 183 nações analisadas, posição compartilhada com a Tunísia e estando a China em 75ª.

A situação do Brasil é comparável a da América Latina como um todo: 12 dos 20 países ficaram com pontuação abaixo da média de 3,4, indicando problemas sérios de corrupção. Nove deles não passaram dos 03 pontos, marco indicativo de corrupção desenfreada. Sendo assim, é possível perceber que há necessidade de mudar esse quadro atual brasileiro e para tanto, em 2012, novas ações serão planejadas para dar continuidade à campanha e conseqüentemente à construção de uma sociedade mais humana, fraterna e justa, tendo como foco as crianças e os jovens, fazendo-os incorporar valores como a moralidade, a ética e o respeito. Por isso, a campanha continua em busca da consolidação de novas parcerias, visando ao alcance de seus objetivos e a divulgação de seus ideais, certa de que um futuro melhor poderá ser construído em nosso país.

Sendo assim, é possível perceber que há necessidade de mudar esse quadro atual brasileiro e para tanto, em 2012, novas ações serão planejadas para dar continuidade à campanha e conseqüentemente à construção de uma sociedade mais humana, fraterna e justa, tendo como foco as crianças e os jovens, fazendo-os incorporar valores como a moralidade, a ética e o respeito. Por isso, a campanha continua em busca da consolidação de novas parcerias, visando ao alcance de seus objetivos e a divulgação de seus ideais, certa de que um futuro melhor poderá ser construído em nosso país.

2. DA FINALIDADE DO PROJETO

Combater a corrupção através da mudança cultural e de comportamento de cada cidadão a fim de obter confiabilidade perante a sociedade.

3. DOS OBJETIVOS

- conscientizar a sociedade, especialmente crianças e adolescentes;
- incentivar a honestidade e a transparência nas atitudes do cidadão comum;
- criar cultura de valores e princípios éticos;
- reduzir a impunidade nacional;
- educar e estimular as novas gerações;
- aprimorar e divulgar as ações realizadas no combate à corrupção.

4. DAS DIRETRIZES DE TRABALHO

- trabalho conjunto através da realização de parcerias;
- articulação com órgãos e instituições, públicas e privadas;
- integração estadual e internacionalização;
- articulação das diversas ações, programas e projetos;
- permanente divulgação das ações e resultados;
- mobilização de membros e servidores;
- mobilização da sociedade civil;
- produção do conhecimento e de sua contribuição na construção da sociedade;
- formação ética e humanística do cidadão.



5. DA METODOLOGIA

5.1. DAS ESTRATÉGIAS DE TRABALHO

Através dos objetivos da campanha defini-se a concepção da estratégia de trabalho dos coordenadores.

5.1.1. São objetivos macros da campanha as ações preventivas (conscientização) e corretivas (medidas de punição), conforme diagrama abaixo:



5.1.2. Fixados os macro objetivos, verificar-se que os estimuladores possibilitam potencializar o alcance dos resultados da campanha, conforme diagrama abaixo:



Motivadores: Orgãos do MP e Parceiros

Ações: Atividades que alavancam a campanha



5.1.3. Complementando a concepção do trabalho, tem-se a necessidade das medições ou indicadores, que avaliarão a tendência para uma melhor definição de metas, rumos e estratégias, conforme diagrama abaixo:



5.1.4. Pilares do Plano de Trabalho

Os pilares estratégicos do Plano de trabalho serão sustentados por duas frentes:

- Incremento de motivadores que são os Ministérios Públicos dos Estados e da União e parceiros através de Termo de adesão e/ou cooperação técnica.
- Uniformidade de ações e metas são iniciativas que serão uniformizadas pela coordenação nacional e coordenação dos ramos do Ministério Público, contemplando inclusive as respectivas particularidades.

5.1.4.1. Quanto ao incremento de motivadores, tem-se 2 ações:

- Engajar o maior número de membros dos Ministérios Públicos dos Estados e da União na divulgação da campanha.

Proposta:

Buscar o reconhecimento da campanha pelas Corregedorias Gerais e outras instâncias correlatas.

- Firmar Termos de adesão e/ou cooperação técnica para a indicação de parceiros na divulgação da campanha.

Proposta:

Executar os termos firmados, firmar novos termos, padronizar os termos e constar ações concretas dos parceiros.



5.1.4.2. Quanto à uniformidade de ações e metas:

A uniformidade de ações para a divulgação da campanha, contempla o levantamento das ações já realizadas em anos anteriores (vide item: 5.2. DAS AÇÕES CONSTANTES DO PLANO DE TRABALHO 2010 - 2011) e ações em andamento, fixando-se o padrão mínimo de conteúdo das ações e de sua efetiva realização conforme cronograma uniforme.

Na 5ª Reunião Ordinária, realizada em Maceió-AL, foi deliberado o conteúdo uniforme a partir do tema “Voto Consciente”.

Dentre as ações proposta estão:

- Palestras Temáticas
 - Ex1: Educação para voto consciente
 - Ex2: Passado sujo não dá futuro
- Distribuição de cartilhas e materiais
- Exposição fotográfica
- Comunicação visual direta
- Candidatos compromissados
- Concursos
- Intervalos de cinema
- Corridas temáticas
- Selo nacional
- Coletas de assinaturas em projetos de lei
- Fomentar portais da transparência
- Dia Internacional da Corrupção
- Decálogo da Campanha
- Dia dos servidores vestindo a camisa
- Convênios com Polícia Militar, Civil, Conselhos de ética
- Artistas plásticos com obra sobre o tema

5.1.5. DAS METAS

As metas são definidas por indicadores, que serão acompanhados pelo ‘Painel de Bordo’ possibilitando visão compilada dos resultados.

5.1.5.1. Quanto aos indicadores

Os indicadores inicialmente definidos são:

- Definição de metas para motivadores e termos de adesão, conforme quadro abaixo:

PAINEL DE BORDO - CAMPANHA "O QUE VOCÊ TEM A VER COM A CORRUPÇÃO?"		
MOTIVADORES	META	OBSERVAÇÃO
ORGÃOS DO MP	10%	10% dos promotores dos MPs fazerem palestras por semestre
PARCEIROS		
EXECUTIVO	3 / 3	Firmar 3 parcerias nacionais e 3 parcerias estaduais
LEGISLATIVO		
JUDICIÁRIO		
EMPRESAS		
ONGs		
POPULAÇÃO		
PERSONALIDADES		
IMPrensa		
INTERNACIONAL		



➤ Quantidade de ações realizadas mensalmente por Estado, conforme quadro abaixo:

PAINEL DE BORDO - CAMPANHA "O QUE VOCÊ TEM A VER COM A CORRUPÇÃO?"											
AÇÕES REALIZADAS EM 2012											
RAMOS DO MP		ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
MPU	MP FEDERAL										
	MP DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS										
	MP DO TRABALHO										
	MP MILITAR										
MPE	ACRE										
	ALAGOAS										
	AMAPÁ										
	AMAZONAS										
	BAHIA										
	CEARÁ										
	ESPÍRITO SANTO										
	GOIÁS										
	MARANHÃO										
	MATO GROSSO										
	MATO GROSSO DO SUL										
	MINAS GERAIS										
	PARÁ										
	PARAÍBA										
	PARANÁ										
	PERNAMBUCO										
	PIAUI										
	RIO DE JANEIRO										
	RIO GRANDE DO NORTE										
	RIO GRANDE DO SUL										
	RONDÔNIA										
	RORAIMA										
	SANTA CATARINA										
	SÃO PAULO										
	SERGIPE										
	TOCANTINS										
	TOTAL										

5.1.6. DA ELABORAÇÃO DO PLANO DE AÇÃO

Para conferir maior foco à campanha foram definidos quatro frentes de atuação.

Nessas frentes foram definidas ações tanto no nível Regional (R) que compete aos Ministérios Públicos dos Estados e da União, quanto no nível Nacional (N) que compete à Coordenação Nacional da Campanha. Conforme detalhamento abaixo:



PLANO DE AÇÃO CAMPANHA - "O QUE VOCÊ TEM A VER COM A CORRUPÇÃO?"			
Frete	Item	Ação	R / N
Incrementar motivadores (Órgãos do MP)	Reconhecimento das Corregedorias	Edição da resolução	R / N
	Reconhecimento e apoio efetivo das PGJs	Edição da resolução	R / N
	Reconhecimento do CNMP	Edição da resolução	N
	Indicação de coordenadores estaduais por todos PGJs e suplentes	Edição da resolução	N
	Padronização de apresentações	Criação de templates	N
	Padronização do material de apoio para eventos	Criação do material de apoio	N
Incrementar motivadores (Parceiros)	Termo de adesão e/ou cooperação técnica	Criar termo de adesão padrão	N
		Execução dos termos vigentes, renovação/revisão dos vencidos	R / N
		Firmar novos termos	R / N
Uniformizar ações e metas (estabelecer indicadores)	Estabelecer conteúdo mínimo de informação sobre a temática da corrupção	Construir e disponibilizar o conteúdo mínimo	N
	Voto consciente "Abordagem padrão"	Padronizar - referência apresentação da campanha MPMG. Definir lançamento	R / N
		Colocar no site da campanha artigos, publicações, outdoor - material de suporte	N
	Script da campanha	Roteiro geral de abordagem da campanha	N
	Dia Internacional contra a corrupção - 9/12	Evento encabeçado por todos MPs - Mobilização padrão. Celebração da data e prestação de contas.	R / N
Encaminhar informações e uniformizar sites	Enviar informações e uniformizar sites	Alimentar, Twiter, Facebook	N
		Enviar as informações para alimentar o site da campanha	R
		Nos sites da MP colocar link para o site da campanha.	R

5.2. DAS AÇÕES CONSTANTES DO PLANO DE TRABALHO 2010 - 2011

5.2.1. Ação: Exposição Fotográfica da Campanha.

5.2.1.1. Como: exposição de fotos, figuras e imagens referentes aos eventos desenvolvidos em função da campanha a fim de divulgá-la em todos os Estados.

5.2.1.2. Objetivo: promover a conscientização das pessoas através do impacto visual.

5.2.1.3. Responsáveis: coordenadores estaduais.

5.2.1.4. Quando: primeiro semestre de 2011.

5.2.1.5. Meta: levar a exposição fotográfica para todas as sedes dos Ministérios Públicos Estaduais.



5.2.2. Ação: educação para um Voto Consciente.

5.2.2.1. Como: campanha educativa e informativa referente às eleições, através da distribuição de informativos e da realização de palestras em escolas de nível médio, bairros, empresas, entre outros, assim como através da publicação de informações nos meios de comunicação local.

5.2.2.2. Objetivo: conscientizar cidadãos da responsabilidade de dar um voto consciente.

5.2.2.3. Responsável: coordenador estadual, sendo que:

- cada coordenador estadual é responsável por elaborar e providenciar a confecção dos informativos para distribuição em seu Estado de atuação, conforme as peculiaridades de cada unidade federativa;
- os informativos podem ser idênticos aos divulgados por outros estados, desde que tenha a autorização do coordenador que elaborou o material.

5.2.2.4. Quando: a campanha deve realizar-se até o início do mês de outubro/2010, mês das eleições.

5.2.2.5. Metas:

- realizada por todos os MP Estaduais;
- atingir o maior número possível de eleitores locais.

5.2.3. Ação: Campanha “Passado Sujo não dá Futuro. Vote limpo!”

5.2.3.1. Como: campanha educativa, com tema referente às eleições 2010, por meio de palestras e esclarecimento de dúvidas em estabelecimentos de ensino, público ou privado, como escolas de ensino médio, faculdades e universidades, etc.

5.2.3.2. Objetivo: orientar os adolescentes que votarão pela primeira vez.

5.2.3.3. Responsáveis: coordenadores estaduais.

5.2.3.4. Quando: segunda semana de agosto de 2010.

5.2.3.5. Meta:

- realizar o evento em todas as capitais do país;
- atingir o maior número possível de municípios de cada Estado.

5.2.4. Ação: Comunicação Direta

5.2.4.1. Como: criar e divulgar entre os coordenadores estaduais o e-mail oficial da campanha, campanha@oquevoctemavercomacorrupcao.com, para que o mesmo sirva como um canal de comunicação entre os coordenadores para troca de experiências, informações, notícias, envio de relatórios, solicitações, esclarecimento de dúvidas, etc. Com, a critério do coordenador nacional, inserção de notícias e informações mais relevantes no site da campanha, a fim de melhorar o processo de divulgação das ações e avaliação dos resultados.

5.2.4.2. Objetivo: proporcionar a comunicação e a troca de informações entre os coordenadores.

5.2.4.3. Responsável: coordenador nacional.

5.2.4.4. Quando: julho de 2010

5.2.4.5. Meta:

- utilização do e-mail oficial da campanha por todos os coordenadores;
- inserção de pelo menos uma notícia de cada Estado, no decorrer do ano.

5.2.5. Ação: Celebração Nacional do Dia Internacional Contra a Corrupção.

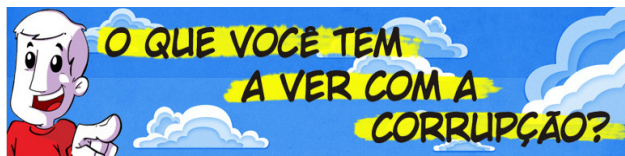
5.2.5.1. Como: evento aberto ao público para comemorar o Dia Internacional Contra a Corrupção, realizado no mesmo dia e horas, no qual cada coordenador estadual organizará o evento de acordo com o que julgar mais adequado para o seu Estado, com envolvimento dos membros do MP-Estadual no processo de organização e realização do evento.

5.2.5.2. Objetivo: chamar atenção da população para o tema combate à corrupção.

5.2.5.3. Responsável: coordenadores estaduais.

5.2.5.4. Quando: 09 de dezembro de 2010 e 2011

5.2.5.5. Meta: realizar a celebração nacional do Dia Internacional contra a Corrupção em todos os Estados.



5.2.6. Ação: Educação pela Ética na Conduta Diária

5.2.6.1. Como: distribuir em eventos próprios ou de outras instituições, que julgar pertinente, materiais informativos da campanha de combate à corrupção como gibis, cartazes, folders, cartilhas, CD's, DVD's, entre outros.

5.2.6.2. Objetivo: propagar informações relativas ao combate à corrupção, a fim de educar os cidadãos brasileiros.

5.2.6.3. Responsáveis: coordenadores estaduais, sendo que:

- cada coordenador estadual é responsável por elaborar e providenciar a confecção dos informativos para distribuição em seu estado de atuação;
- é livre a confecção de informativos idênticos aos divulgados por outros estados, desde que tenha a autorização do coordenador que elaborou o material.

5.2.6.4. Quando: em toda a gestão 2010-2011.

5.2.6.5. Meta: distribuir materiais informativos em, pelo menos, três eventos locais por semestre.

5.2.7. Ação: "Candidato Ficha Limpa".

5.2.7.1. Como: divulgar, nos sites dos Ministérios Públicos Estaduais e no site da campanha de combate à corrupção, um banco de dados único, com fonte no TSE, contendo a "ficha" de todos os candidatos às eleições. Os coordenadores devem atuar junto aos Procuradores-Gerais de Justiça estabelecendo parcerias para que cada site do Ministério Público Estadual brasileiro disponibilize link para divulgar as "fichas" dos candidatos, e que esse link seja amplamente divulgado para a comunidade local a fim de que todos possam obter informações dos candidatos.

5.2.7.2. Objetivo: divulgar as fichas dos candidatos para que os eleitores possam escolher melhor em quem irão votar.

5.2.7.3. Responsáveis: coordenadores estaduais e coordenador nacional.

5.2.7.4. Quando: a campanha deve realizar-se até o início do mês de outubro/2010, mês das eleições.

5.2.7.5. Meta: atingir, no mínimo, 50% dos internautas brasileiros.

5.2.8. Ação: Candidatos Compromissados

5.2.8.1. Como: propor aos candidatos e partidos políticos a se comprometerem, através da assinatura de termos de compromisso, junto à campanha de combate à corrupção, a realizar campanhas eleitorais, assim como todas as suas atividades públicas, de forma transparente e honesta. Os termos de compromisso devem ser divulgados no site oficial da campanha, com divulgação nas mídias locais.

5.2.8.2. Objetivo: comprometer os políticos e os partidos com a transparência e a honestidade no processo de realização da eleição.

5.2.8.3. Responsáveis: coordenadores estaduais e coordenador nacional.

5.2.8.4. Quando: de julho a setembro de 2010.

5.2.8.5. Meta: assinar termo de compromisso com todos os partidos e candidatos.

5.2.9. Ação: 1º Congresso Nacional do Projeto "O que você tem a ver com a corrupção?"

5.2.9.1. Como: realizar congresso sobre a campanha enfatizando as ações realizadas, em âmbito estadual e nacional, os resultados auferidos com as ações, mostrar como estão sendo realizados os trabalhos dos coordenadores, divulgar a repercussão das ações nas eleições 2010, entre outros que julgar pertinente para debater e divulgar no evento.

5.2.9.2. Objetivo: divulgar os trabalhos que estão sendo realizados com a campanha para conscientizar e informar mais cidadãos e adquirir mais parceiros e adeptos à campanha, assim como os resultados obtidos com a campanha.

5.2.9.3. Responsável: coordenador nacional, competindo ao mesmo escolher o local e a data para a realização do congresso.

5.2.9.4. Quando: abril de 2011.



5.2.9.5. Meta: presença de 100% dos Ministérios Públicos estaduais.

5.2.10. Ação: Estudantes Conscientes.

5.2.10.1. Como: realizar concurso de desenho e redação com o tema da campanha nas escolas de ensino médio e fundamental.

5.2.10.1.1. A campanha é estadual e nela são escolhidos, por uma comissão organizada pelo coordenador estadual, os três primeiros colocados de cada categoria.

5.2.10.1.2. Os vencedores recebem prêmios a serem definidos em regulamento próprio, e seus trabalhos são divulgados no site oficial da campanha.

5.2.10.1.3. O Regulamento é estabelecido pelo coordenador e divulgado nas escolas e nas mídias locais.

5.2.10.2. Objetivo: atrair crianças e adolescentes para conhecer a campanha e se informarem sobre o tema combate à corrupção, aprendendo através da vivência do tema.

5.2.10.3. Responsáveis: coordenadores estaduais.

5.2.10.4. Quando: março/2011.

5.2.10.5. Meta: obter a adesão de, no mínimo, 50% dos alunos matriculados na rede pública e privada de ensino dos municípios.

5.2.11. Ação: Agentes Multiplicadores.

5.2.11.1. Como: instituir agentes multiplicadores voluntários da campanha, envolvendo para tal finalidade escolas, igrejas, associações, sindicatos, lideranças comunitárias, entre outros canais.

5.2.11.1.1. Qualquer cidadão que se julgar apto e com disponibilidade de tempo pode se candidatar a ser agente multiplicador.

5.2.11.1.2. Compete ao coordenador estadual escolher, dentre os candidatos, os agentes que julgar realmente adequados a exercer o cargo.

5.2.11.1.3. O coordenador pode instituir quantos agentes multiplicadores considerar necessários para os trabalhos locais.

5.2.11.1.4. Os agentes escolhidos recebem treinamento realizado pelos coordenadores e membros do MP Estadual.

5.2.11.1.5. Os agentes multiplicadores têm como função auxiliar os trabalhos do coordenador estadual em sua comunidade, assim como propagar o tema levando informações para os demais cidadãos do seu convívio.

5.2.11.1.6. Os agentes multiplicadores são voluntários e não podem receber em decorrência desse ofício qualquer forma de remuneração ou qualquer outro tipo de benefício, com pena prevista de destituição da função de agente.

5.2.11.1.7. Os agentes devem ser bem preparados com espírito de liderança e contato direto com a comunidade, para propagar a campanha.

5.2.11.2. Objetivo: ampliar o processo de divulgação da campanha e o alcance de cidadãos.

5.2.11.3. Responsáveis: coordenadores estaduais.

5.2.11.4. Quando: primeiro semestre de 2011.

5.2.11.5. Meta: instituir, no mínimo, um agente multiplicador por cada instituição envolvida na campanha.

5.2.12. Ação: Ação Comunitária.

5.2.12.1. Como: participando de cada evento de ação comunitária, realizada nos estados, com uma equipe de divulgação da campanha de combate à corrupção, formada pelo coordenador estadual, para informação e distribuição de informativos, através de agentes habilitados.

5.2.12.2. Objetivo: divulgar a campanha através das ações comunitárias.

5.2.12.3. Responsáveis: coordenadores estaduais.

5.2.12.4. Quando: em toda gestão 2010-2011.

5.2.12.5. Meta: participar de todas as ações comunitárias realizadas no estado.



5.2.13. Ação: Prêmio Anticorrupção.

5.2.13.1. Como: instituindo premiações para os participantes da campanha com maior destaque.

5.2.13.1.1. O evento de premiação é realizado no final da gestão do coordenador nacional.

5.2.13.1.2. Podem ser premiadas as seguintes categorias:

- a) o coordenador estadual que mais se destacou;
- b) o membro mais atuante por unidade federativa;
- c) o Estado com melhores resultados;
- d) o agente multiplicador mais atuante;
- e) as melhores campanhas desenvolvidas dentro do projeto, entre outras.

5.2.13.1.3. Os critérios para as premiações, as categorias, os prêmios e a regulamentação serão definidos pelo coordenador nacional em conjunto com os coordenadores estaduais da campanha.

5.2.13.2. Objetivo: estimular, incentivar e reconhecer os trabalhos dos coordenadores estaduais e dos membros dos Ministérios Públicos Estaduais no combate à corrupção.

5.2.13.3. Responsável: coordenador nacional.

5.2.13.4. Quando: mês de encerramento da gestão 2010-2011.

5.2.13.5. Meta: premiar todos os primeiros colocados de cada categoria.

6. DAS COMPETÊNCIAS

6.1. Compete ao Coordenador Nacional:

- divulgar o plano de ação, ouvindo os participantes e levantando sugestões para aperfeiçoamento do mesmo;
- coordenar, acompanhar e avaliar a execução do projeto;
- promover correções e ajustes nas ações, se necessário;
- executar o plano de ação, no que compete atividades do coordenador nacional.

6.2. Compete aos Coordenadores Estaduais:

- executar o plano de ação, promovendo o seu aperfeiçoamento;
- auxiliar os trabalhos do coordenador nacional.

7. DAS ATRIBUIÇÕES

7.1. São atribuições do Coordenador Nacional:

- a) inserir no site as notícias relevantes encaminhadas pelos Coordenadores Estaduais;
- b) receber os relatórios mensais encaminhados pelos coordenadores regionais e consolidá-los no relatório nacional;
- c) elaborar, anualmente, o relatório geral das atividades realizadas pela campanha nacional;
- d) disponibilizar no site da campanha o relatório anual da campanha nacional;
- e) realizar eventos de divulgação da campanha em âmbito nacional;
- f) dar suporte e auxílio na realização de eventos de divulgação da campanha no âmbito estadual;
- g) acompanhar, mensalmente, as atividades desenvolvidas pelos coordenadores estaduais;
- h) viabilizar orçamento e materiais para a realização de eventos da campanha nacional;
- i) divulgar as campanhas relativas ao projeto através de todos os meios de comunicação possíveis e pertinentes.



7.2. São atribuições dos Coordenadores Estaduais:

- a) enviar notícias locais para serem inseridas no site da campanha nacional;
- b) confeccionar, anualmente, o relatório das atividades realizadas pela campanha estadual;
- c) encaminhar relatório anual ao coordenador nacional até o dia 30/01/2013;
- d) realizar eventos de divulgação da campanha em âmbito estadual;
- e) auxiliar a realização de eventos de divulgação da campanha no âmbito nacional;
- f) encaminhar ao coordenador nacional, via e-mail, relatório mensal das atividades até o quinto dia útil de cada mês subsequente, conforme formulário disponibilizado no site oficial da campanha;
- g) viabilizar orçamento e materiais para a realização de eventos da campanha estadual;
- h) divulgar as campanhas relativas ao projeto através de todos os meios de comunicação possíveis e pertinentes.

8. DAS MEDIDAS

8.1. São medidas destinadas ao desenvolvimento dos trabalhos e a sustentação do plano de ação:

- criação do e-grupo que funciona como um meio virtual de comunicação direta entre os coordenadores da campanha, a fim de que sejam realizadas trocas de experiências, informações e materiais informativos;
- solicitação de apoio efetivo aos Procuradores-Gerais de Justiça através da disponibilização de infraestrutura previamente estabelecida para funcionamento das coordenações, bem como de orçamento suficiente para o desenvolvimento e divulgação da campanha;
- solicitação de apoio prático ao Conselho Nacional de Procuradores-Gerais a fim de possibilitar a institucionalização do projeto, permitindo contabilizar este trabalho no desempenho do Promotor de Justiça que, realmente, implementar o projeto de fato na comarca de sua atuação;

9. DA PARTICIPAÇÃO DE TERCEIROS NA DIVULGAÇÃO DA CAMPANHA

Para a divulgação da campanha de combate à corrupção, os Ministérios Públicos dos Estados e da União e os respectivos coordenadores (estaduais e nacional), poderão firmar Termos de Adesão ou Cooperação Técnica com empresas privadas, instituições públicas, estabelecimentos de ensino, bancos, entre outros, que se disponham a aderir à mesma, sendo proibida a doação de qualquer importância em espécie.

Belo Horizonte, 29 de março de 2012.

JAIRO CRUZ MOREIRA

Promotor de Justiça do Ministério Público de Minas Gerais

Coordenador Nacional da Campanha - "O QUE VOCÊ TEM A VER COM A CORRUPÇÃO?"