



Dúvida geral: o que é diretriz
e o que é iniciativa?

Secretaria de Comunicação Social

PLANO DE AÇÕES ESTRATÉGICAS

2025-2027



ÍNDICE

03 **DA SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL**

04 **VALORES**

05 **CONCEITO COMUNICACIONAL**

06 **GABINETE DO SECRETÁRIO E
DA SECRETÁRIA ADJUNTA**

09 **SECRETARIA ADMINISTRATIVA**

11 **AUDIOVISUAL**

13 **IMPRENSA**

15 **PUBLICIDADE**

17 **REDES SOCIAIS**

20 **RELAÇÕES PÚBLICAS**

A Portaria N° 1.162, de 7 de agosto de 2025 (Novo Regimento Interno Administrativo do Ministério Público do Trabalho), fixa a estrutura e as atribuições da Secretaria de Comunicação Social , órgão vinculado ao Gabinete do Procurador-Geral do Trabalho.

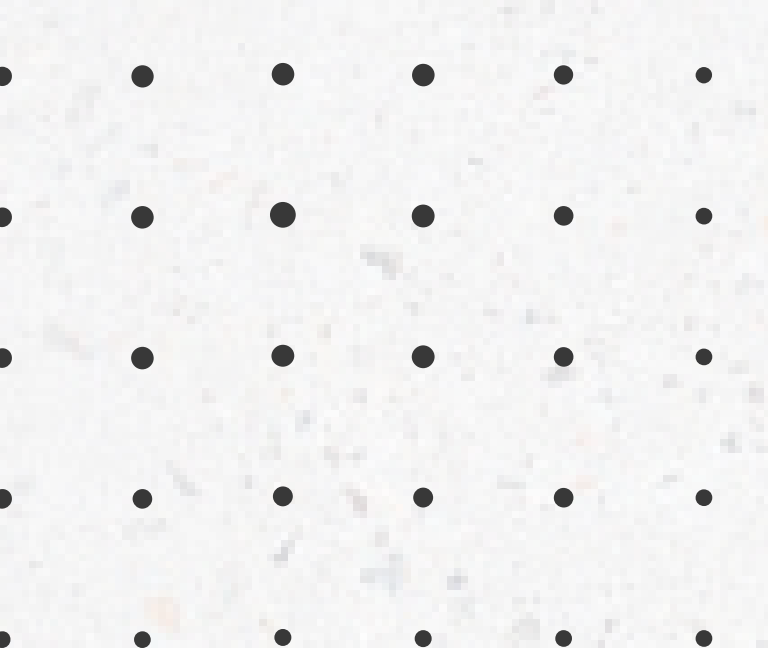
SEÇÃO XI
DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBSEÇÃO I
DA ESTRUTURA E DAS ATRIBUIÇÕES

- Art. 92. A Secretaria de Comunicação Social tem a seguinte estrutura:
- I - Secretaria Executiva de Comunicação Social;
 - II - Assessoria Técnica;
 - III - Assessoria de Imprensa;
 - IV - Assessoria de Redes Sociais;
 - V - Assessoria de Audiovisual;
 - VI - Assessoria de Publicidade e Propaganda;
 - VII - Assessoria de Relações Públicas.

VALORES DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. **Trabalho em equipe**
2. **Diversidade e conhecimento multifacetado**
3. **Criatividade**
4. **Motivação**
5. **Coesão**
6. **Experiência**
7. **Capacidade Técnica**
8. **Solidariedade**
9. **Dedicação**
10. **Empatia**
11. **Transparência**
12. **Acessibilidade**





Conceito Comunicacional

Trabalho digno, futuro justo



Trabalho digno

A expressão é universal e conectada com as aspirações de cada trabalhador. Engloba ambientes de trabalho seguros, remuneração justa, respeito aos direitos e o fim de qualquer forma de exploração. "Digno" eleva a conversa para a questão de direitos humanos, ética e valorização da pessoa.



Futuro justo

Conecta o trabalho digno a um resultado: trabalho seguro e justo hoje constrói as bases para uma sociedade mais equitativa amanhã. O termo futuro sugere visão de longo prazo e esperança, enquanto justo reforça o compromisso do MPT com a equidade e a justiça social. A mensagem é que a atuação do MPT é reativa (combatendo ilegalidades), e também proativa (construindo um futuro melhor).



I) GABINETE DO SECRETÁRIO E DA SECRETÁRIA ADJUNTA

- 1)** Coordenar, integrar e estimular a realização das ações estratégicas dos diversos segmentos integrantes da Secretaria de Comunicação Social, a partir do reforço do diálogo intersetorial, reuniões periódicas e instrumentos de monitoramento; **Objetivo**
- 2)** Estimular e monitorar a produtividade e a eficiência dos diversos segmentos integrantes da Secretaria de Comunicação Social; **Objetivo**
- 3)** Fortalecer a atuação técnica dos diversos segmentos integrantes da Secretaria de Comunicação Social, valorizando o trabalho e cuidando para que as atividades se realizem com isenção e livre de interferências; **Objetivo**
- 4)** Envidar esforços para preenchimento das lacunas de pessoal e de material nos diversos segmentos da Secretaria de Comunicação Social; **Objetivo**
- 5)** Tomar as decisões editoriais quanto ao conteúdo dos diversos veículos de comunicação social do MPT e quanto à definição de agendas, pautas e prioridades comunicacionais, evitando-se retrabalho; **?**
- 6)** Racionalizar as demandas comunicacionais apresentadas pelos diversos segmentos administrativos do MPT, evitando a sobrecarga de trabalho e o baixo engajamento; **Iniciativa**
- 7)** Propiciar atuação simbiótica com as Coordenadorias Nacionais Temáticas, fortalecendo seu papel estratégico de fontes qualificadas para os veículos de comunicação do MPT e estimulando o diálogo entre servidores e membros. **?**

I) GABINETE DO SECRETÁRIO E DA SECRETÁRIA ADJUNTA

- 8)** Fortalecer e aproximar a comunicação social do MPT junto às classes de baixa renda, com especial destaque para os veículos comunitários de comunicação e para as entidades sindicais, nas mais variadas formas, tais como rádio, redes sociais e periódicos;
- 9)** Aperfeiçoar o sítio do MPT, na sua dimensão interna e externa; **Iniciativa**
- 10)** Envidar esforços para a melhoria da comunicação interna; **Objetivo**
- 11)** Favorecer uma comunicação mais eficiente e assertiva entre o Procurador-Geral do Trabalho e os membros/membras do MPT; **Objetivo**
- 12)** Criar um ambiente colaborativo com as Assessorias de Comunicação das Regionais, mediante elaboração de planos e diretrizes comunicacionais, observadas as peculiaridades e necessidades locais; **?**
- 13)** Estreitar relações com redações para contato com repórteres, editores e produtores, bem como veículos especializados de imprensa; **Iniciativa, seria interessante listar as instituições e pessoas por ano**
- 14)** Simplificar os processos e veículos comunicacionais do MPT, com foco em relevância dos temas e simplificação da linguagem jurídica, tanto quanto possível; **item relacionado ao item 9?**
- 15)** Diversificar os métodos de comunicação social do MPT, em busca de formatos mais dinâmicos e de maior sensibilização, sem prescindir do uso de outras linguagens, como arte, cinema e literatura.

Seria interessante listar os métodos

I) GABINETE DO SECRETÁRIO E DA SECRETÁRIA ADJUNTA

- 16)** Fortalecer a acessibilidade na comunicação social; *Seria interessante listar as formas para fortalecer*
- 17)** Fomentar a disponibilização de cursos de aperfeiçoamento profissional para os servidores da SECOM, garantindo-se tempo necessário para tal, observadas as necessidades mais prementes e áreas de interesse; *Fazer constar do plano de capacitação os cursos importantes*
- 18)** Propiciar um ambiente de trabalho amistoso, livre de assédios e violências, respeitando-se a o direito à desconexão e os horários de trabalho; *?*
- 19)** Adotar processos e métodos de gestão estratégica, para monitoramento e avaliação das ações estratégicas de cada setor, em parceria com a Secretaria de Gestão e Planejamento Estratégico;
- 20)** Coordenar o processo de melhorias dos formulários de denúncias, esclarecendo melhor seus termos, incrementando o uso de linguagem acessível e o uso de recursos audiovisuais, com especial atenção para garantia de meios de esclarecimento de dúvidas e temas sensíveis, como violência e assédios;
- 21)** Integrar Chatbots ou FAQ dinâmico nos formulários de denúncias, com vídeos curtos, para filtrar dúvidas antes do preenchimento do formulário, otimizando a experiência do usuário e a qualidade das denúncias. *Iniciativa*

II) SECRETARIA ADMINISTRATIVA

1) Conduzir os processos para compras e contratação de serviços, sendo, no mínimo, uma contratação por área.

Previsão para 2026:

- Assinar jornais e revistas;
- Atualizar livro Jornada de Trabalho;
- Monitorar redes sociais do MPT;
- Produzir HQs (MPT em Quadrinhos);
- Comprar equipamentos de audiovisual;
- Comprar softwares, em especial em IA e publicidade, priorizando ferramentas para análise de sentimento, monitoramento de marca e acessibilidade (transcrição e audiodescrição);
- Contratar consultoria em Branding governamental;
- Contratar cursos sobre social media training e media training (procuradores vitaliciandos e coordenadores), para uniformizar a mensagem institucional e garantir postura digital adequada de membros e coordenadores.

II) SECRETARIA ADMINISTRATIVA

Previsão para 2027:

- Contratar serviços gráficos;
- Contratar radiojornalismo.

2) Auxiliar nas atividades administrativas de apoio ao Secretário e à Secretária adjunta de comunicação social.

3) Monitorar o cumprimento das ações estratégicas da Secretaria de Comunicação Social.

III) AUDIOVISUAL

- 1)** Produzir conteúdos estratégicos e virais, observando-se as seguintes diretrizes;
 - 1.1) Produção de vídeos curtos, não superiores a 30 segundos, sem prejuízo de links para vídeos mais longos;
 - 1.2) Produção de Vídeos contendo ganchos e frases que permitam captar a atenção do público;
 - 1.3) Produção de design gráfico moderno e que dialogue com o público jovem (entre 20 e 30 anos), com potencial de ingresso iminente no mercado de trabalho;
- 2)** Expandir a presença digital do MPT para o Tiktok e o Kwai; **Iniciativa**
- 3)** Lançar editais anuais para produção de, pelo menos, 2 minidocumentários de curta e média metragem;
- 4)** Criar núcleo nacional de audiovisual com integrantes das assessorias de comunicação regionais; **Iniciativa**
- 5)** Diagnosticar equipamentos de audiovisual existentes e de habilidades em audiovisual, em todas as unidades do MPT;
- 6)** Criar editorias de produção audiovisual para redes (#MPTragoVerdades; #MPTComentaReels; #MPTExplica; #MinutoMPT);
- 7)** Produzir Curtas do MPT: o papel do procurador do Trabalho (Coordenadorias); Tira dúvidas (principais temas de reclamações trabalhistas); Na sala de aula (diálogo com a academia);
- 8)** Aumentar número de inscritos retransmitindo eventos ao vivo, no Youtube;

III) AUDIOVISUAL

- • • • •

IV) IMPRENSA

- 1)** Treinar membros e membras do Ministério Público do Trabalho para interagir com a mídia (*media training*);
- 2)** Incrementar o número de entrevistas exclusivas para veículos de comunicação;
- 3)** Incrementar a publicação de artigos de opinião em veículos de comunicação;
- 4)** Publicar notícias do MPT no portal institucional, zelando para sua atualidade e interesse;
- 5)** Organizar visitas às redações para contato com repórteres, editores e produtores, inclusive mediante entrega de press-kits;
- 6)** Estreitar contato com veículos especializados, incluindo portais e podcasts;
- 7)** Promover encontros informais com jornalistas, na forma de open day, na sede do MPT em Brasília, com brunch e apresentação de resultados;
- 8)** Produzir notícias com conteúdo audiovisual;
- 9)** Produzir entrevistas da semana (divulgação nas redes sociais e publicação interna);
- 10)** Atender profissionais da imprensa;
- 11)** Cobrir eventos institucionais;
- 12)** Desenvolver um Manual de Crise de Comunicação para uso rápido e um Banco de Boas Práticas, compartilhável com as Assessorias de Comunicação das Regionais;

IV) IMPRENSA

- 13)** Disparar *releases* por mala direta para veículos de comunicação, fundamentalmente, por e-mail e por *WhatsApp*;
- 14)** Recortar e divulgar notícias de interesse do MPT;
- 15)** Valorizar as notícias produzidas pelas Regionais, propiciando meios de repercussão nacional;
- 16)** Pautar matérias e podcast Prosa de Trabalho para publicar na Rádio MPT;
- 17)** Publicar matérias na intranet, zelando para sua atualidade e constância;
- 18)** Produzir comunicados internos;
- 19)** Elaborar boletins "*A Semana no MPT*", "*Radar*", "*CCR*", "*CSMPT*", "*Corregedoria-Geral*" e "*Nupia*";
- 20)** Publicar revista *Labor*;
- 21)** Fortalecer a presença do MPT na mídia tradicional;
- 22)** Incrementar as relações comunicacionais com veículos comunitários e sindicais de comunicação.

V) PUBLICIDADE

- 1)** Incrementar as publicações em mídia indoor na PGT, fomentando a repercussão das publicações nas PRT's;
- 2)** Planejar, executar e acompanhar campanhas institucionais (internas e externas), com monitoramento posterior dos resultados e follow-up, as quais devem incluir Call to Action direto e prático, como "Denuncie Aqui" ou "Consulte seus Direitos";
- 3)** Criar identidade visual, logomarca e manuais (investir nas mídias digitais e em uma linguagem acessível);
- 4)** Criar e disparar e-mail marketing;
- 5)** Criar e disparar informes para grupos de WhatsApp ou Telegram institucionais a ser criado;
- 6)** Criar placas e selos comemorativos, prêmios e troféus;
- 7)** Produzir cartilhas e publicações;
- 8)** Produzir cartazes, folhetos, outdoor, busdoor e mobiliário urbano;
- 9)** Produzir totens, faixas e banners físicos;
- 10)** Elaborar ilustração personalizada;

V) PUBLICIDADE

- 11)** Manter interlocução com a Ouvidoria do MPT, em ordem a colher o feedback da sociedade em geral, como insumo para aperfeiçoamento dos processos comunicacionais do MPT;
- 12)** Realizar pesquisas qualitativas para mapear a real imagem e aceitação do MPT pela sociedade, com surveys quantitativos periódicos, permitindo monitoramento de Brand Awareness e reputação institucional;
- 13)** Modernizar os Espaços da Sala Master e Auditório;
- 14)** Reformular a identidade visual do MPT;
- 15)** Modernizar os sites institucionais do MPT;
- 16)** Contratação de profissionais do ramo específico (influenciadores digitais na temática trabalhista) para capacitação das equipes de comunicação da PGT e PRTs;

VI) REDES SOCIAIS

- 1)** Criar perfil nas redes sociais Kwai e TikTok, alimentando conteúdo e monitorando interações;
- 2)** Publicar notícias regionais de maior relevância no perfil nacional;
- 3)** Recriar editoria Direito Direto;
- 4)** Interagir nas redes sociais;
- 5)** Avaliar contratação de impulsionamentos de publicações e posts, como forma de angariar seguidores ou visualizações;
- 6)** Articular com influenciadores digitais a presença de membros em podcasts de amplo alcance como forma de tratar de temas sensíveis (trabalho escravo, trabalho infantil);
- 7)** Publicar matérias jornalísticas sobre atuação do MPT (MPT na Mídia);
- 8)** Veicular artigos de procuradores publicados na imprensa;
- 9)** Veicular campanhas institucionais, a partir de planejamento e estratégias definidas da Secom;
- 10)** Produzir vídeos institucionais, observadas as seguintes diretrizes;
 - a. Perfil didático e linguagem simples, diante do grande desconhecimento das leis e dos direitos trabalhistas, tornando o entendimento o mais fácil possível, permitindo à ASCOM revisar a linguagem utilizada pelos Procuradores e Procuradoras do Trabalho nestes vídeos;
 - b. Produção de vídeos curtos, não superiores a 30 segundos, sem prejuízo de links para vídeos mais longos

VI) REDES SOCIAIS

- c. Produção de Vídeos contendo ganchos e frases que permitam captar a atenção do público;
 - d. Acompanhar as trends do momento de cada rede social específica;
 - e. Enfatizar a valorização da CLT em comparação com outras formas precárias de trabalho, demonstrando que o trabalho celetista ainda é majoritário e benéfico no país;
 - f. Trabalhar sempre com mais de uma rede simultaneamente (Instagram, YouTube, TikTok, Kwai, Linkedin, X e Threads, além dos sites eletrônicos);
 - g. Priorizar Reels em detrimento de postagens (diante do seu alcance maior), ou trabalhar com ambos de forma associada;
 - h. Envidar esforços para criação de legendas de postagens mais detalhadas, contendo emojis, perguntas, como forma de prender a atenção do público;
 - i. Propiciar agilidade na divulgação de vídeo;
- Divulgar as postagens, vídeos, stories, nos horários de maior pico (via de regra pela manhã, entre 9h e 10h);
- j. Comunicar-se diretamente com o público (olhar para a câmera), com uso de linguagem acessível e de fácil compreensão;
 - k. Incentivar o convite para ação: os vídeos devem ser vistos como um convite para a ação por parte do público, seja ele um trabalhador, um advogado, um sindicalista ou um juiz. Esta ação pode se referir a uma denúncia, a assinatura de abaixo assinado, um diálogo com um parlamentar, um elogio à Ouvidoria;
 - m. Estimular no público a resposta a quiz, como forma de identificar temas que trazem dúvidas aos usuários.

VI) REDES SOCIAIS

- • • • •
 - • • • •
 - 11)** Promover gestão de comentários, mediante designação de profissionais para monitorar comentários, criar um FAQ com respostas padrão e estabelecer um fluxo de escalada para denúncias ou temas sensíveis;
 - 12)** Planejar e executar estratégias de combate à desinformação no mundo do trabalho (Editoria: MPT verdade);
 - 13)** Investir em collabs com personalidades, atendendo-se para eventuais custos e perfis;
 - 14)** Desenvolver o Simplifica, MPT, esclarecendo termos jurídicos (aproximação das classes mais populares);
 - 15)** Aumentar número de inscritos retransmitindo eventos ao vivo, no Instagram, mediante collabs e promovendo engajamento via membros e servidores (curtir, compartilhar, comentar);
 - 16)** Priorizar a estratégia Native, mediante aplicação da estratégia *“Think Global, Act Native”*, adaptando a mensagem a cada plataforma: *LinkedIn* para público acadêmico/jurídico, *TikTok* para público jovem/geral;
- • • • •
 - • • • •
 - • • • •

VII) RELAÇÕES PÚBLICAS

- 1)** Favorecer a ampliação da visibilidade do MPT na sociedade;
- 2)** Organizar eventos de valorização e capacitação;
- 3)** Realizar eventos culturais e feira de talentos, em especial junto a comunidades e entidades sindicais;
- 4)** Promover eventos em parceria com outras instituições, Coordenadorias Nacionais e Secretarias Administrativas do PGT;
- 5)** Organizar a participação do MPT em feiras e exposições;
- 6)** Monitorar dados a partir dos eventos realizados, em ordem a medir os resultados, criando e padronizando relatórios pós-evento, incluindo métricas de alcance midiático e resultados concretos;
- 7)** Zelar para a unificação calendário nacional de eventos;
- 8)** Criar e padronizar convites e roteiros;
- 9)** Propiciar melhoras nos espaços da PGT para eventos;
- 10)** Modernizar a linguagem de roteiros, mediante técnicas de storytelling;

VII) RELAÇÕES PÚBLICAS

- 11)** Planejar e desenvolver modelos de eventos mais interativos e menos formais, tais como podcasts ao vivo, oficinas, rodas de conversas, talk shows, feiras temáticas;
- 12)** Incrementar a aproximação do MPT com as Universidades (cooperação com a SETEF) e entidades sindicais (cooperação com CONALIS), além dos órgãos do Poder Judiciário, Ministério do Trabalho e Emprego, Conselhos Tutelares, CEREST, INSS, RFB, AGU, PRF, PF, DPU, Reporter Brasil, OXFAM, inclusive mediante collabs, e todos aqueles com quem se tem afinidades institucionais;
- 13)** Incrementar ações de responsabilidade social, em parceria com as Regionais.



 **(61) 3314-8030**

 **rafael.marques@mpt.mp.br**

 **vanessa.amaral@mpt.mp.br**