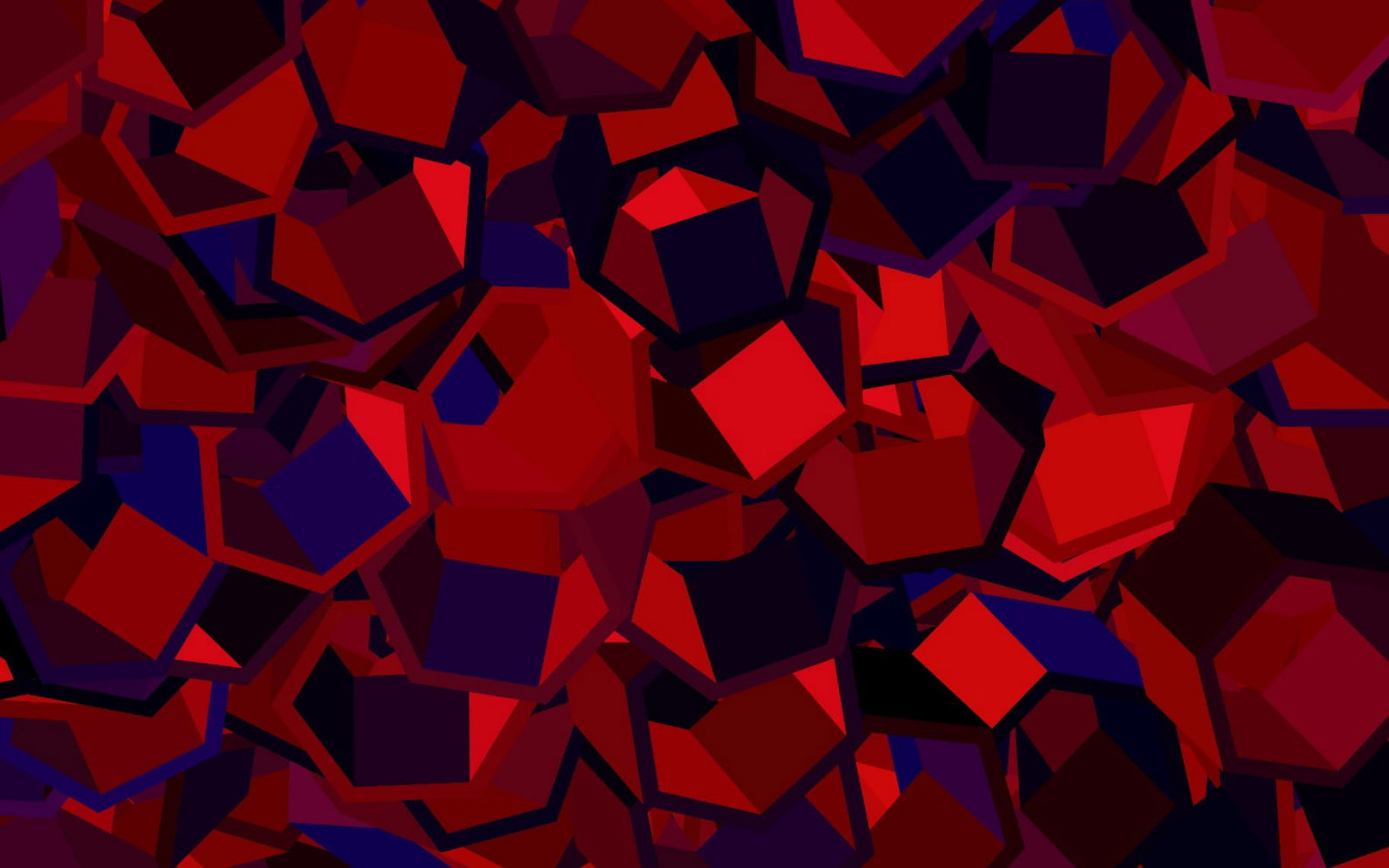




MPT

PLANEJAMENTO
ESTRATÉGICO **2024 2025**

Sumário

Missão da comunicação	3
Visão da comunicação	3
Valores e objetivos	3
Públicos estratégicos	4
Pilares do planejamento de comunicação	4
Ações estratégicas	5
Transparência	5
Treinamento para lidar com a mídia para autoridades	6
Manual de redação, linguagem simples e comunicação inclusiva	6
Oferecimento de pautas para a imprensa	7
Atendimento a demandas da imprensa	8
Boletim A Semana no MPT	9
Revista Labor	10
Rádio MPT	11
TV Trabalho Legal	12
Redes sociais @mptrabalho	13



Missão da comunicação

Compartilhar mensagens com objetivos determinados para públicos estratégicos em tempo hábil, pelo canal mais apropriado



Visão da comunicação

Ser referência no atendimento em assessoria de imprensa, publicidade, redes sociais, relações públicas e gestão de crises

Valores e objetivos

Adequação – Compartilhar mensagens assertivas de comunicação em canal, meio e momento adequados a públicos estratégicos

Planejamento – Desenvolver planos de comunicação temáticos que possam direcionar as ações rotineiras à operação

Objetividade – Determinar ações específicas com objetivos, prazos e metas definidas

Mobilização – Incentivar a disseminação de mensagens-chave estratégicas para munir a população de informações precisas

Consistência – Definir conteúdos com mensagens-chaves consistentes e alinhadas com os objetivos da comunicação

Mensuração – Identificar pontos de controle e meios para acompanhar os resultados de cada ação estratégica

Públicos estratégicos

Porta-vozes – Procurador-geral do Trabalho, subprocuradores-gerais do Trabalho, procuradores regionais do Trabalho, procuradores do Trabalho

Agentes políticos – Parlamentares, assessores e lideranças de partidos políticos
Público interno – integrantes do Ministério Público do Trabalho

Imprensa internacional, nacional e regional – **Sociedade** – População brasileira

Jornalistas de veículos da grande imprensa
internacional, nacional e de veículos regionais
de médio e pequeno porte

Pilares do planejamento de comunicação



Planejamento



Assessoria
de imprensa



Publicidade



Relações
públicas



Redes
sociais



Audiovisual

Ações estratégicas

1. Transparência



Objetivo

Adequação



Públicos

**Agentes políticos
e sociedade**



Pilar

Planejamento

Transparência é a prática de dar publicidade a informações e dados públicos sem que haja necessidade de solicitação formal por parte dos cidadãos. A transparência promove a prestação de contas, aumenta a confiança na instituição e fortalece a cidadania, pois permite que os cidadãos tenham acesso a informações relevantes sobre as ações e projetos do Ministério Público do Trabalho.

Dados de transparência ativa devem ser divulgados em todos os canais da instituição. A linguagem deve ser simples e as informações, acessíveis ao público:

Portal

Uma parte dedicada à transparência está no site do Ministério Público do Trabalho (mpt.mp.br), com seções para distintas informações, como execução financeira e orçamentária, licitações, contratos e convênios, gestão de pessoas, planejamento estratégico, contato, contracheque, atividade-fim, Serviço de Informação ao Cidadão/Ouvidoria, Publicação Anual do Serviço de Informação ao Cidadão e ferramenta de pesquisa.

Redes sociais

Os perfis do Ministério Público do Trabalho nas redes sociais são usados para divulgar dados e informações importantes sobre a atuação institucional.

Meta

45 ações por mês

2 . Treinamento para lidar com a mídia para autoridades



Objetivo

Adequação



Públicos

Porta-vozes



Pilar

Planejamento e
assessoria de imprensa

O *media training* é importante para capacitar o procurador-geral do Trabalho, a vice-procuradora-geral do Trabalho, os subprocuradores-gerais do Trabalho, os procuradores regionais do Trabalho e os procuradores do Trabalho a terem uma comunicação eficaz, a estarem preparados para entrevistas, a saberem atuar durante uma crise e a entenderem a construção da imagem da instituição.

Meta

Um treinamento para cada novo integrante do quadro do MPT por ano.

3 . Manual de redação, linguagem simples e comunicação inclusiva



Objetivo

Adequação



Públicos

Público interno



Pilar

Planejamento, assessoria de
imprensa e publicidade

Pesquisa, produção, redação, diagramação e publicação de manual com informações sobre redação e estilo jornalísticos, conceitos e exemplos de

linguagem simples e da importância da comunicação inclusiva

Além de precisar ser de fácil consulta pelos membros da comunicação do MPT nas regionais, o manual é um recurso importante para o aprimoramento e a padronização da comunicação institucional.

Meta

Manual publicado em dezembro de 2025.

4 . Oferecimento de pautas e artigos para a imprensa



Objetivo

Mobilização



Públicos

Imprensa



Pilar

Assessoria de imprensa

A ação consiste na busca de assuntos interessantes para ofertar à imprensa, já com a descrição do que seria a matéria, as fontes e os principais dados. Avaliar para qual programa/jornalista e tipo de canal a pauta pode ser oferecida.

A pauta deve contemplar:

Cabeçalho

Com nome do redator/autor, a data em que foi elaborada a pauta/artigo, a retransmissão e a fonte, se for o caso.

Tema

Assunto da pauta/artigo.

Sinopse

Um resumo, em poucas linhas, dos fatos que levaram esse tema a se justificar como assunto de uma pauta jornalística. Esse material é fundamental para situar o repórter e pode ser utilizado para o lide e/ou cabeça da matéria. Para reportagens especiais pode-se inserir mais informação.

Enfoque

Indicar o direcionamento a ser dado na matéria/artigo, ou seja, o que quer que

seja desenvolvido pelo repórter. Este item define as suas sugestões de perguntas.

Fontes

Para se obter as informações sobre o tema da matéria é fundamental indicar as pessoas que serão entrevistadas pelo repórter. Nesse caso, além do nome e do cargo/função da pessoa, deve constar na pauta o endereço e todos os telefones para contato.

Sugestões de perguntas

Indicações de questões a serem seguidas pelo repórter.

Anexos

Inclusão de informações extras sobre o assunto. Dados, gráficos, pesquisa e textos. Redigir sugestões de pauta e releases para veículos de comunicação, no melhor formato e abordagem. A ação é permanente.

Meta

7 pautas especiais/artigos por mês.

5 . Atendimento a demandas da imprensa



Objetivo

Mobilização



Públicos

Imprensa



Pilar

Assessoria de imprensa

Iniciativa consiste no atendimento à demanda de profissionais da mídia por respostas, pedidos de entrevistas ou de posicionamento do Ministério Público do Trabalho sobre determinado tema. Cada atendimento será exclusivo para determinado veículo. O objetivo é oferecer respostas elaboradas para a publicação pelo veículo.

Meta

15 mês

Mensuração de resultados

Número de atendimentos

Cobertura da mídia

Alcance e impacto

Retorno dos veículos de imprensa

Engajamento online

Impacto na imagem institucional

Meta

15 atendimentos por mês

6 . Boletim A Semana no MPT



Objetivo

Mobilização



Públicos

Imprensa



Pilar

Assessoria de imprensa

Projeto pretende criar distribuir boletim semanal, focado em destacar as principais ações do Ministério Público do Trabalho, com destaque para a Procuradoria-Geral do Trabalho.

Meta

Um boletim semanal, 52 por ano.

7 . Revista Labor



Objetivo	Públicos	Pilar
Mobilização	Sociedade	Assessoria de imprensa

Aprofunda pautas estratégicas a partir da leitura dos comunicadores do Ministério Público do Trabalho lotados nas regionais e na Procuradoria-Geral do Trabalho. Considera o trabalho transversal e integrado da instituição

Plano de execução

Levantamento de pautas.

Definição de cronograma.

Agendamento de entrevistas com fontes estratégicas e técnicas.

Edição das matérias.

Revisão dos textos.

Ilustração e diagramação.

Impressão.

Circulação.

Meta

Uma revista por ano.

8 . Rádio MPT



Objetivo
Mobilização



Públicos
Sociedade



Pilar
Assessoria de imprensa

Divulgar na rádio os resultados do MPT em casos de irregularidades trabalhistas;
noticiar parcerias institucionais que estimulem o trabalho decente;
Informar a sociedade sobre o posicionamento do MPT em audiências públicas;
Esclarecer a população sobre dúvidas trabalhistas;

Divulgar campanhas de conscientização realizadas pelo MPT.

Mensuração de resultados

A Rádio MPT produziu e distribuiu 298 radioreleases sobre assuntos de interesse institucional entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2023. Os radioreleases foram hospedadas no portal da Agência Radioweb para cerca de 2 mil emissoras AM e FM afiliadas. Os 298 radioreleases registraram 45.803 aproveitamentos em rádios comerciais, comunitárias e educativas. Considerando o tempo médio de 2 minutos por rádio release, a cobertura obteve 1.527 horas de exposição dos assuntos no universo de emissoras.

Os 298 radioreleases alcançaram 1.776 rádios localizadas em 1.290 municípios. Considerando a exposição de 1.527 horas obtida pelos 298 radioreleases e transformando esse tempo na mídia tradicional do meio rádio – spot de 30 segundos – o MPT obteve 183.240 inserções nesse formato. Esta exposição, a um valor de R\$ 30,00 por spot, representa uma mídia espontânea de R\$ 5.497.200,00.

Esperam-se dados semelhantes em 2024 e 2025.

Meta

Publicar 80 notícias por mês em 2024;

Publicar um podcast Prosa de Trabalho por semana em 2024.

9 . TV Trabalho Legal



Objetivo

Mobilização



Públicos

Sociedade



Pilar

Assessoria de imprensa

Reunir as pautas do Ministério Público do Trabalho em formato de revista eletrônica.

Plano de execução

Organizar reunião de pauta.

Produzir e agendar as entrevistas.

Gravar quadros.

Editar.

Aprovar.

Exibir na TV Justiça aos sábados, às 18h, com reprises aos domingos, às 16h, e exibições extras às segundas-feiras, às 4h30.

Meta

Um programa por mês, 12 por ano.

10 . Redes sociais



Objetivo

Mobilização



Públicos

Imprensa e sociedade



Pilar

Assessoria de imprensa

Este projeto viabiliza a produção de conteúdos relacionados à atuação institucional de maior relevância. A intenção é potencializar os usos dos serviços digitais, também associando, quando possível, conteúdos editoriais e serviços disponíveis.

Objetivos

Potencializar o alcance das notícias institucionais, dando maior visibilidade à atuação finalística e, consequentemente, ampliando o conhecimento do público e sua percepção sobre o Ministério Público do Trabalho, suas atribuições, missões e ações em prol da sociedade.

Promover a gestão de imagem do órgão, a partir da pauta proativa e positiva sobre matérias de interesse do MPT ou que tenham o MPT como ator relevante, posicionando o entendimento do órgão em temas de interesse e ampliando o debate sobre questões de relevância nacional, tais como combate ao trabalho

escravo e infantil, reconhecimento de vínculo trabalhista entre motoristas e plataformas digitais, meio ambiente de trabalho seguro, entre outros.

Mensuração de resultados

Acessos e engajamento com aumento de seguidores e do alcance nas publicações, a fim de atingir um público ainda maior nas redes sociais, a partir da inclusão de vídeos e cards inovadores, que contenham a linguagem simples, sem prejuízo da informação.

Meta

Tornar o Ministério Público do Trabalho mais acessível e transparente ao cidadão;

Apresentar ao público as principais áreas de atuação do Ministério Público do Trabalho;

Dar publicidade ao trabalho do MPT;

Esclarecer a diferença entre Justiça do Trabalho, Ministério do Trabalho e Emprego e Ministério Público do Trabalho;

Informar sobre os direitos trabalhistas e direitos constitucionais básicos;

Mostrar o impacto do trabalho do Ministério Público do Trabalho na vida das pessoas;

Mostrar o papel de um procurador do Trabalho e como ele atua junto ao MPT.

Produção por semana

Criação de animações esclarecendo termos jurídicos comuns no mundo do trabalho;

Produção de cards com destinações de recursos pelo MPT e notícias de ações judiciais ajuizadas pelo órgão para corrigir irregularidades trabalhistas;

Campanhas das coordenadorias temáticas;

Postagens de VTs de reportagens do programa Trabalho Legal.

