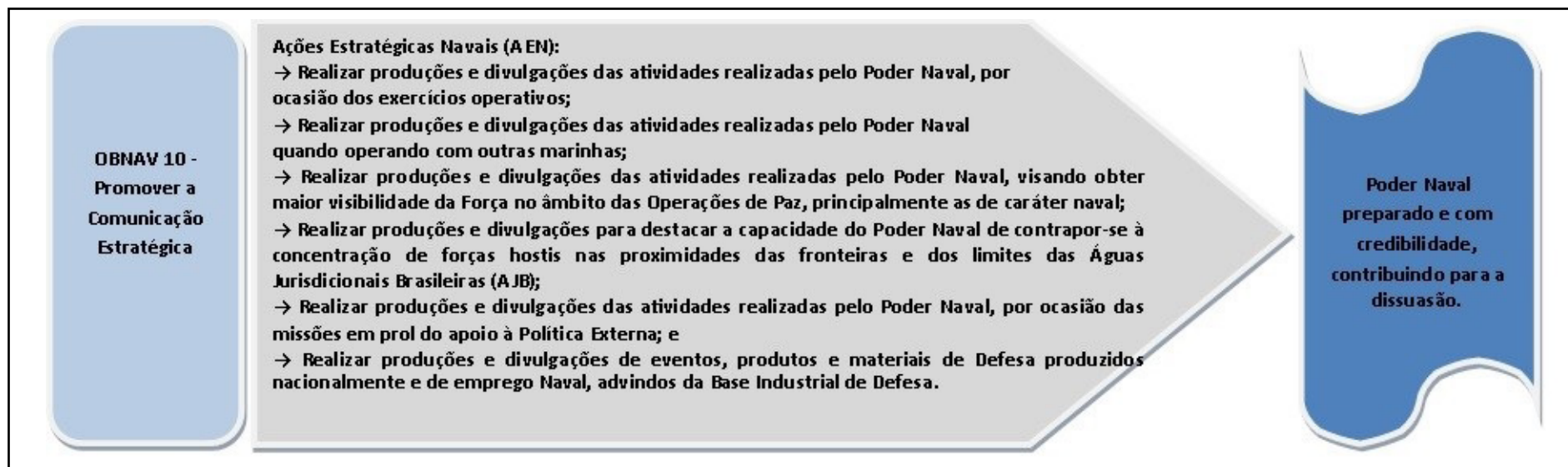




## Cadeia de Valor Finalística 5 - Objetivo Naval 10



Infográfico 7 – Cadeia de Valor do Objetivo Naval 10.

### 1) AEN - Realizar produções e divulgações das atividades realizadas pelo Poder Naval, por ocasião dos exercícios operativos:

#### a) Prioridades estabelecidas no exercício:

- Produzir e divulgar conteúdo jornalístico e institucional sobre as atividades operativas realizadas pelo Poder Naval;
- Buscar espaços para divulgação positiva do tema na grande mídia; e
- Incentivar o embarque de jornalistas nas missões operativas realizadas pelo Poder Naval.

#### b) Principais ações, projetos, programas, especificando relevância, resultados e impactos:

Nos mais variados exercícios e operações realizadas pela MB, no ano de 2019, como as operações Amazônia Azul – Mar limpo é vida, Missilex, Formosa e Acolhida, por exemplo, foram produzidos e divulgados 758 materiais informativos que permitiram aumentar a consciência dos públicos de interesse da Força sobre as tarefas, a importância das atividades realizadas pelo Poder Naval. Exercícios operativos sempre despertam bastante a atenção do público, especialmente porque rendem boas imagens. Em todas as operações citadas, foram produzidos

materiais para o site da Marinha, para os informativos Nomar e Nomar Online (houseorgan), mídias sociais, Rádio Marinha e TV Marinha. Também foram produzidos e divulgados clipes operativos ([www.marinha.mil.br](http://www.marinha.mil.br)).

Além disso, sempre que possível, meios de comunicação da grande imprensa e da imprensa especializada são convidados a realizar cobertura de diversos exercícios operativos, incluindo o embarque de jornalistas a bordo dos navios.

#### c) Principais Resultados, progresso em relação à meta estabelecida e impacto observado, com uso de indicadores:

Os indicadores da área ainda estão em processo de revisão, em função da subjetividade própria desse campo do conhecimento e da necessidade de adequação às diretrizes determinadas para a Comunicação Social (ComSoc) por meio do Memorando nº 13/2019, do CM. Entretanto, numa análise preliminar, levando-se em conta os dados atuais, todas as matérias propostas foram realizadas, com os recursos disponíveis.

#### d) Causas, impedimentos para o alcance dos objetivos e medidas para o enfrentamento:

Apesar de o planejamento estratégico de comunicação ser um elemento essencial para o sucesso de qualquer campanha ou ação, na Marinha, a visão da área



a partir desse referencial é recente e fruto da aprovação do novo PEM. Assim, a implementação desejável desse conceito ainda depende de uma mudança de ações a serem implementadas após a conclusão do Grupo de Trabalho Intersetorial para o reposicionamento da ComSoc da MB, ora em andamento, que também ensejará novas adequações para aplicação dos recursos pessoais e materiais.

e) Desafios para o futuro:

Assegurar a prontificação tempestiva de conteúdo de divulgação para atrair o interesse dos públicos de interesse pelos assuntos operativos; Incrementar a infraestrutura (pessoal e material) de cobertura das atividades relativas ao preparo e emprego do Poder Naval; e Aprimorar o estabelecimento de índices para possibilitar a mensuração dos resultados, no atual processo de revisão do Planejamento Estratégico da Marinha.

**2) AEN - Realizar produções e divulgações das atividades realizadas pelo Poder Naval quando operando com outras marinhas.**

a) Prioridades estabelecidas no exercício:

- Produzir e divulgar conteúdo jornalístico e institucional sobre as atividades operativas realizadas pela Marinha, operando com outras marinhas; e
- Incentivar o embarque de jornalistas nas missões com outras marinhas.

b) Principais ações, projetos, programas, especificando relevância, resultados e impactos:

Durante o ano de 2019, operações da MB com outras marinhas (UNITAS Lant LX/ Amphibious – 2019, Obangame Express) foram divulgadas pelos canais de comunicação do CCSM, por meio da produção de 271 diferentes materiais para as mídias sociais, matérias para os informativos Nomar e Nomar Online, spots para a Rádio Marinha, clipes e matérias para a TV Marinha.

Adicionalmente, diversos comunicados à imprensa nacional e internacional abordando essas operações foram divulgados.

c) Principais Resultados, progresso em relação à meta estabelecida e impacto observado, com uso de indicadores:

Os indicadores da área ainda estão em processo de revisão, em função da subjetividade própria desse campo do conhecimento e da necessidade de adequação às diretrizes determinadas para a ComSoc por meio do Memorando nº 13/2019, do CM. Entretanto, numa análise preliminar, levando-se em conta os dados atuais, todas as matérias propostas foram realizadas, com os recursos disponíveis.

d) Causas, impedimentos para o alcance dos objetivos e medidas para o enfrentamento:

Apesar de o planejamento estratégico de comunicação ser um elemento essencial para o sucesso de qualquer campanha ou ação, na Marinha, a visão da área a partir desse referencial é recente e fruto da aprovação do novo PEM.

Assim, a implementação desejável desse conceito ainda depende de uma mudança de ações a serem implementadas após a conclusão do Grupo de Trabalho Intersetorial para o reposicionamento da ComSoc da MB, ora em andamento, que também ensejará novas adequações para aplicação dos recursos pessoais e materiais.

e) Desafios para o futuro:

- Promover a inclusão de vagas para o embarque de jornalistas nas grandes operações, como oportunidade para apresentar e divulgar as atividades desenvolvidas pela Força operando com outras marinhas;
- Incrementar a infraestrutura (pessoal e material) de cobertura das atividades relativas ao preparo e emprego do Poder Naval; e
- Aprimorar o estabelecimento de índices para possibilitar a mensuração dos resultados, no atual processo de revisão do Planejamento Estratégico da Marinha.

**3) AEN - Realizar produções e divulgações das atividades realizadas pelo Poder Naval, visando obter maior visibilidade da Força no âmbito das Operações de Paz, principalmente as de caráter naval.**

a) Prioridades estabelecidas no exercício

- Produzir e divulgar conteúdo jornalístico e institucional sobre as atividades operativas realizadas pela Marinha, em operações de paz;
- Buscar espaços para divulgação positiva do tema na grande mídia; e
- Incentivar o embarque de jornalistas nas operações de paz.

b) Principais ações, projetos, programas, especificando relevância, resultados e impactos:

Divulgação da atuação da MB na UNIFIL, por meio da publicação de 88 matérias jornalísticas no periódico Nomar e Nomar Online sobre as atividades envolvendo o Navio Capitânia da Força-Tarefa Marítima (FTM) da UNIFIL, além de posts nas mídias sociais.

c) Principais Resultados, progresso em relação à meta estabelecida e impacto observado, com uso de indicadores:



Os indicadores da área ainda estão em processo de revisão, em função da subjetividade própria desse campo do conhecimento e da necessidade de adequação às diretrizes determinadas para a ComSoc por meio do Memorando nº 13/2019, do CM. Entretanto, numa análise preliminar, levando-se em conta os dados atuais, todas as matérias propostas foram realizadas, com os recursos disponíveis.

d) Causas, impedimentos para o alcance dos objetivos e medidas para o enfrentamento:

Apesar de o planejamento estratégico de comunicação ser um elemento essencial para o sucesso de qualquer campanha ou ação, na Marinha, a visão da área a partir desse referencial é recente e fruto da aprovação do novo PEM.

Assim, a implementação desejável desse conceito ainda depende de uma mudança de ações a serem implementadas após a conclusão do Grupo de Trabalho Intersetorial para o reposicionamento da ComSoc da MB, ora em andamento, que também ensejará novas adequações para aplicação dos recursos pessoais e materiais.

e) Desafios para o futuro:

- Promover a inclusão de um oficial dedicado à atividade de ComSoc no Estado-Maior das missões de paz em que a MB participa;
- Assegurar a prontificação tempestiva da cobertura e divulgação de eventos e de ações realizadas pela MB, bem como produção de conteúdo exclusivo, visando maior engajamento dos públicos de interesse;
- Incrementar a infraestrutura (pessoal e material) de cobertura das atividades relativas ao preparo e emprego do Poder Naval; e
- Aprimorar o estabelecimento de índices para possibilitar a mensuração dos resultados, no atual processo de revisão do Planejamento Estratégico da Marinha.

#### **4) AEN - Realizar produções e divulgações para destacar a capacidade do Poder Naval de contrapor-se à concentração de forças hostis nas proximidades das fronteiras e dos limites das AJB.**

a) Prioridades estabelecidas no exercício:

- Produzir e divulgar conteúdo jornalístico e institucional sobre as atividades operativas, destacando a capacidade do Poder Naval; e
- Buscar espaços para divulgação positiva do tema na grande mídia.

b) Principais ações, projetos, programas, especificando relevância, resultados e impactos:

- Veiculação de 436 reportagens nos veículos de imprensa sobre a capacidade do Poder Naval;
- Intensificação da divulgação de conteúdo relativo à operação Amazônia Azul – Mar limpo é vida, considerada a maior demonstração da capacidade do Poder Naval durante o ano;
- Divulgação da atuação da MB quando participando de operações conjuntas, como a Operação Ágata; e
- Cobertura pela TV Marinha durante as operações, com produção de matérias e conteúdo audiovisual para divulgação nos perfis das mídias sociais da Força.

c) Principais Resultados, progresso em relação à meta estabelecida e impacto observado, com uso de indicadores:

Os indicadores da área ainda estão em processo de revisão, em função da subjetividade própria desse campo do conhecimento e da necessidade de adequação às diretrizes determinadas para a ComSoc por meio do Memorando nº 13/2019, do CM. Entretanto, numa análise preliminar, levando-se em conta os dados atuais, todas as matérias propostas foram realizadas, com os recursos disponíveis.

d) Causas, impedimentos para o alcance dos objetivos e medidas para o enfrentamento:

Apesar de o planejamento estratégico de comunicação ser um elemento essencial para o sucesso de qualquer campanha ou ação, na Marinha, a visão da área a partir desse referencial é recente e fruto da aprovação do novo PEM.

Assim, a implementação desejável desse conceito ainda depende de uma mudança de ações a serem implementadas após a conclusão do Grupo de Trabalho Intersetorial para o reposicionamento da ComSoc da MB, ora em andamento, que também ensejará novas adequações para aplicação dos recursos pessoais e materiais.

e) Desafios para o futuro:

- Incrementar a infraestrutura (pessoal e material) de cobertura das atividades relativas ao preparo e emprego do Poder Naval; e
- Aprimorar o estabelecimento de índices para possibilitar a mensuração dos resultados, no atual processo de revisão do Planejamento Estratégico da Marinha.

#### **5) AEN - Realizar produções e divulgações das atividades realizadas pelo Poder Naval, por ocasião das missões em prol do apoio à Política Externa:**

a) Prioridades estabelecidas no exercício:



Produzir e divulgar conteúdo jornalístico e institucional sobre as atividades realizadas pela Marinha, em prol do apoio à Política Externa;

Buscar espaços para divulgação positiva do tema na grande mídia; e

Incentivar o embarque de jornalistas em missões realizadas pela Marinha, em prol do apoio à Política Externa.

b) Principais ações, projetos, programas, especificando relevância, resultados e impactos:

Divulgação da atuação da MB na UNIFIL por meio da publicação de 327 matérias jornalísticas no periódico Nomar e Nomar Online, na visão da política externa brasileira, sobre as atividades envolvendo o Navio Capitânia da Força-Tarefa Marítima (FTM) da UNIFIL, além de posts nas mídias sociais.

c) Principais Resultados, progresso em relação à meta estabelecida e impacto observado, com uso de indicadores:

Os indicadores da área ainda estão em processo de revisão, em função da subjetividade própria desse campo do conhecimento e da necessidade de adequação às diretrizes determinadas para a ComSoc por meio do Memorando nº 13/2019, do CM. Entretanto, numa análise preliminar, levando-se em conta os dados atuais, todas as matérias propostas foram realizadas, com os recursos disponíveis.

d) Causas, impedimentos para o alcance dos objetivos e medidas para o enfrentamento:

Apesar de o planejamento estratégico de comunicação ser um elemento essencial para o sucesso de qualquer campanha ou ação, na Marinha, a visão da área a partir desse referencial é recente e fruto da aprovação do novo PEM.

Assim, a implementação desejável desse conceito ainda depende de uma mudança de ações a serem implementadas após a conclusão do Grupo de Trabalho Intersetorial para o reposicionamento da ComSoc da MB, ora em andamento, que também ensejará novas adequações para aplicação dos recursos pessoais e materiais.

e) Desafios para o futuro:

- Promover a inclusão de vagas para o embarque de jornalistas da grande mídia em navios da MB, como oportunidade para apresentar e divulgar as atividades desenvolvidas pela Força em prol do apoio à política externa;
- Promover a inclusão de um oficial dedicado à atividade de ComSoc no Estado-Maior das missões de paz em que a MB participa;
- Incrementar a infraestrutura (pessoal e material) de cobertura das atividades relativas ao preparo e emprego do Poder Naval, por ocasiões das missões em prol do apoio à política externa; e

- Aprimorar o estabelecimento de índices para possibilitar a mensuração dos resultados, no atual processo de revisão do Planejamento Estratégico da Marinha.

## **6) AEN - Realizar produções e divulgações de eventos, produtos e materiais de Defesa produzidos nacionalmente e de emprego Naval, advindos da Base Industrial de Defesa (BID).**

a) Prioridades estabelecidas no exercício:

- Participar de eventos ligados ao tema de Defesa e Segurança;
- Contribuir para a divulgação de temas ligados à BID; e
- Divulgar programas, projetos e produtos da Marinha que contribuam para o aumento da visibilidade da BID.

b) Principais ações, projetos, programas, especificando relevância, resultados e impactos:

- Divulgação de 97 importantes marcos com o propósito de difundir a importância da BID para o desenvolvimento do País. Como principal evento, destaca-se a união das seções do Submarino “Humaitá”.
- A MB esteve presente na LAAD Defence & Security 2019- Feira Internacional de Defesa e Segurança com um estande, onde apresentou projetos estratégicos, entre eles o Programa de Desenvolvimento de Submarinos, simuladores e meios navais e aeronavais.
- Durante o evento, foi assinada a declaração da melhor oferta com o consórcio Águas Azuis para o projeto de obtenção de navios Classe “Tamandaré”.
- Ocorrida em abril, a feira teve como objetivo apresentar o que há de mais moderno em produtos de Defesa e Segurança, fomentando a integração das Forças Armadas e dos órgãos de Segurança Pública com a Indústria e os centros de pesquisa e desenvolvimento de tecnologia, além de promover a Base Industrial de Defesa do Brasil.
- Em setembro, a Força participou da primeira edição da SC Expo Defense – Feira de Tecnologias e Produtos de Defesa, promovida pelo Centro das Indústrias do Estado de Santa Catarina. A mostra apresentou produtos, novas tecnologias e projetos estratégicos da Marinha, do Exército e da Aeronáutica, além de uma série de painéis na programação técnica paralela.
- Para aumentar a visibilidade dos eventos para o público externo, as feiras foram divulgadas no portal da Marinha na Internet por meio da exibição de banner remetendo para o site oficial do evento, produção de matérias jornalísticas

para o Nomar Online, publicação de matéria no periódico Nomar e produção de vídeo da TV Marinha. Antes do evento foram produzidos spots para veiculação na Rádio Marinha e posts no Twitter.

- Outra ação foi a aproximação com a mídia, por meio de visitas às redações de diversos veículos de comunicação. Durante esses encontros, foram oferecidas diversas pautas relacionadas ao setor de Defesa.

c) Principais Resultados, progresso em relação à meta estabelecida e impacto observado, com uso de indicadores:

Os indicadores da área ainda estão em processo de revisão, em função da subjetividade própria desse campo do conhecimento e da necessidade de adequação às diretrizes determinadas para a ComSoc por meio do Memorando nº 13/2019, do CM. Entretanto, numa análise preliminar, levando-se em conta os dados atuais, todas as matérias propostas foram realizadas, com os recursos disponíveis.

d) Causas, impedimentos para o alcance dos objetivos e medidas para o enfrentamento:

Apesar de o planejamento estratégico de comunicação ser um elemento essencial para o sucesso de qualquer campanha ou ação, na Marinha, a visão da área a partir desse referencial é recente e fruto da aprovação do novo PEM.

Assim, a implementação desejável desse conceito ainda depende de uma mudança de ações a serem implementadas após a conclusão do Grupo de Trabalho Intersetorial para o reposicionamento da ComSoc da MB, ora em andamento, que também ensinará novas adequações para aplicação dos recursos pessoais e materiais.

e) Desafios para o futuro:

- Promover a participação da Marinha em grandes eventos ligados à indústria de Defesa e Segurança, reforçando o interesse da Força em estimular o desenvolvimento da BID;
- Incrementar a infraestrutura (pessoal e material) de cobertura das atividades relativas à BID; e
- Aprimorar o estabelecimento de índices para possibilitar a mensuração dos resultados, no atual processo de revisão do Planejamento Estratégico da Marinha.

## Principais Programas e Projetos Estratégicos

Os programas e projetos estratégicos tratados no presente relatório são aqueles contemplados no Programa AVANÇAR, instituído pela Portaria nº 442, de 13/12/2017, do então Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, destinados a orientar as ações governamentais e comunicar à sociedade os investimentos públicos de infraestrutura estratégicos e prioritários do Poder Executivo federais, além do Programa “Navios Classe Tamandaré”, de responsabilidade da MB, em razão de sua dimensão estratégica para a Defesa Nacional e dos valores que serão aportados no empreendimento.

### Programa de Desenvolvimento de Submarinos (PROSUB)

a) Descrição:

a.1) Implantar a Infraestrutura para Construção e Manutenção de Submarinos Convencionais e Nucleares:

Consiste das seguintes metas estratégicas constantes do Empreendimento Modular (EM) nº. 18:

- I) Absorção da tecnologia para o projeto do Estaleiro e Base Naval para submarinos com propulsão nuclear;
- II) Construção de um Estaleiro Naval e de uma Base Naval;
- III) Nacionalização de sistemas e equipamentos do Estaleiro Naval e Base Naval; e
- IV) Construção / Aquisição de Próprios Nacionais Residenciais (PNR) e infraestrutura de apoio.

Serão desenvolvidas as seguintes atividades:

Construção de um estaleiro dotado de Ilha Nuclear e de uma Base de Apoio que abrigará a estrutura de Comando e Controle de Submarinos, além de organizações de manutenção e adestramento de suas tripulações. A construção do Estaleiro Naval e da Base Naval está localizada no município de Itaguaí, no Estado do Rio de Janeiro, em terreno contíguo ao do porto de Itaguaí. Os submarinos serão construídos nesse novo estaleiro.

Os PNR serão alocados às tripulações dos submarinos e das OM de apoio que comporão o Estaleiro e a Base Naval.

A infraestrutura de apoio engloba a obtenção de embarcações de apoio, via-