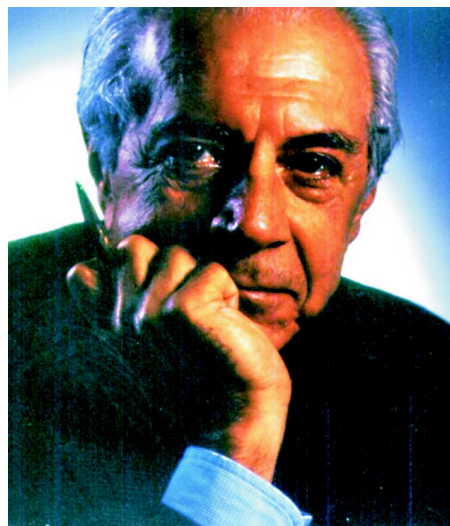


# AS TRINCHEIRAS DO MARKETING

*Roberto Duailibi*



**A** História do Exército Brasileiro não é apenas a narrativa da evolução militar no Brasil. É a história da própria formação do País, de sua cultura, de sua gente.

Em sua missão de guardar o território nacional, o Exército obteve outras conquistas, tão nobres quanto a de garantir a integridade geográfica. A arma também expandiu nossas fronteiras intelectuais, integrou, fez única uma Nação multirracial e defendeu os valores humanitários que norteiam as sociedades mais avançadas.

Impossível, portanto, dissociar uma história da outra, a do Exército e a do Brasil. Muito antes de sua constituição oficial, advinda com a independência, o Exército já estava em ação com seus oficiais e soldados, empenhando-se em aglutinar a população e transformar uma gigantesca extensão de terra em um grande país. Não por acaso, o Dia do Exército, 19 de abril, marca a data da primeira batalha de Guararapes – ao mesmo tempo, uma referência àquele momento vital para o destino da pátria e uma reverência aos que ofereceram sua vida e seu sangue na luta contra o invasor, na defesa da liberdade.

Protagonista de episódios marcantes da História do Brasil, o Exército teve igual destaque na construção da cultura brasileira, e na formação de lideranças morais exemplares. A esse importante patrimônio imaterial que construiu, soma-se um outro patrimônio, físico, levantado também pelos engenheiros e arquitetos da instituição: fortes, fortalezas, quartéis, escolas, bibliotecas, vilas militares, remontas, estradas, pontes, hospedarias e hotéis de trânsito, obras de primeira categoria que são visitadas por pessoas ligadas à instituição, mas de que a população pouco toma conhecimento. Este patrimônio militar, infelizmente, poucos

#### DR. ROBERTO DUAILIBI

Natural da Cidade de Campo Grande, no Estado de Mato Grosso do Sul, o Dr. Roberto Duailibi é o atual Presidente do Conselho de Curadores da Fundação Cultural Exército Brasileiro.

Empresário bem-sucedido na área de Propaganda e Marketing, é Diretor-sócio de uma das empresas que mais se destacam neste setor no Brasil e uma das mais premiadas internacionalmente: a DPZ – Duailibi, Petit e Saragoza Propaganda SA.

O Dr. Duailibi faz parte do Conselho da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), a maior escola do gênero do hemisfério, onde lecionou Redação por seis anos, além de ter sido Diretor de Cursos.

Foi duas vezes Presidente da Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP) e é considerado “Líder Empresarial” por seus colegas de profissão, por vários anos seguidos, no prêmio concedido pelo jornal *Gazeta Mercantil*, de São Paulo.

É conferencista dos mais solicitados, falando em associações, universidades, congressos e empresas do mundo inteiro.

conhecem. Seriam motivo de orgulho para qualquer país e fonte de renda até, mas são quantitativamente pouco explorados para a prática do turismo ou mesmo para a difusão de conhecimentos.

Mais do que necessária, portanto, uma estratégia de marketing impõe-se à instituição para a divulgação de seu acervo. Nessas trincheiras, a atuação, até por motivos históricos, tem sido recente, mas nem por isso menos eficiente. Tive a oportunidade de visitar alguns desses marcos históricos, na companhia dos dirigentes da Fundação Cultural Exército Brasileiro, e fiquei encantado com o que vi, entusiasmado diante das possibilidades que se apresentam à Fundação. Fiquei também preocupado com a situação. Dada a nova configuração mundial, um patrimônio de tal riqueza não pode mais ficar escondido ou “camuflado”, se me permitem o gracejo, por tanto tempo.

Costumo dizer aos meus clientes na DPZ que não basta ao anunciante conhecer as qualidades do produto que está fabricando e vendendo, é preciso que o consumidor perceba isso na publicidade, para que tenha vontade de adquiri-lo. E por “adquiri-lo”, aqui, quero dizer que a população deve absorvê-lo em sua própria personalidade. Pois é justamente essa a missão da Fundação. O acervo é fantástico, e percebe-se em cada oficial, em cada soldado e, certamente, até em cada recruta, o orgulho que têm da obra e a devoção com que cuidam de tudo. Só que o mesmo ainda não ocorre junto à população civil.

Um passeio ao Forte de São Luiz não desperta o mesmo interesse que uma travessia do

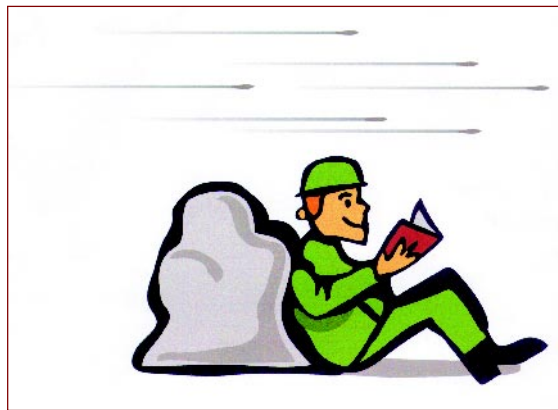
bondinho no Pão de Açúcar – e, no entanto, proporciona uma vista a Baía de Guanabara de tirar o fôlego até de quem já viajou por todos os continentes e conhece as maravilhas do mundo. Apenas no Rio de Janeiro, é possível extasiar-se com o Forte do Vigia, o Forte do Imbuhy, a Fortaleza de São Jorge, a Fortaleza de Santa Cruz e o memorável Forte de Copacabana, sede do Museu Histórico do Exército. Um roteiro que o próprio carioca ignora, mas que prima pela beleza, pela paisagem

deslumbrante e pelo conteúdo histórico, características que atraem milhões de turistas aos castelos da Europa, notadamente da França e da Grã-Bretanha.

Escrevo sobre o Rio de Janeiro e seus fortes, mas lembro que em outros estados o patrimônio não

é menos considerável. O Exército, afinal, teve como um de seus objetivos primordiais ao longo dos séculos a preservação do solo. De Norte a Sul, é possível fazer uma viagem pela História do Brasil. Viagem é mesmo o termo, já que o explorador dos dias de hoje poderia hospedar-se em hotéis construídos nas proximidades desses fortes, mantidos com extremo esmero pela Arma. Na Bahia, por exemplo, terra de hotéis cinco estrelas e de resorts paradisíacos, o Centro de Amaralina pouco deve aos seus similares, chegando a ostentar uma piscina de água salgada genialmente construída, cujo o conteúdo é renovado a cada avanço da maré. Itaipu, em São Paulo, é exemplo de consciência ecológica.

Percebo que me alongo em revelar o que já é sabido pelos membros da corporação e por pessoas



que tenham ligações com o Exército. Sou mesmo um “recruta” no assunto e vislumbro grandes iniciativas para a divulgação do acervo cultural. Imagino uma grande exposição itinerante de mapas, já que o Exército, forçosamente, sempre empregou os melhores cartógrafos desde a Colônia. Em todos os estados há o que mostrar. O Exército tem, como poucos museus, o acervo e o local da exposição, não dependendo de empréstimo de obras por colecionadores ou de concessão de espaços públicos e privados. É só tomar a iniciativa e marcar *vernissage* da exibição da maior coleção de mapas do País.

Que forma encantadora de aprender a História! Que estímulo teriam nossas crianças se passassem os olhos pelos documentos arquivados na Bibliotheca do Exército; se estudassem as batalhas de nossa História nos locais exatos onde foram travadas; se lessem relatos sobre a Guerra da Tríplice Aliança *in loco*; se aprendessem sobre a Proclamação da República em um marco do acontecimento. Com os recursos de multimídia atuais, a iniciativa, como efeito imediato, traria sensíveis ganhos para a imagem do Exército.

Não pensem os que, como eu, se entusiasмам com o assunto que a tarefa é impossível. Ou que para despertar na população o interesse pelo patrimônio do Exército é impe-

rativo que se faça um grande investimento. Muito pelo contrário.

O Exército tem uma capacidade que poucas empresas têm de “anunciar seus produtos”. Estabelecendo parcerias com a iniciativa privada, alavancará a divulgação de seu acervo. Mas é internamente que pode obter grandes resultados,

realizando uma campanha de endomarketing, dando apoio aos esforços que já foram feitos, em cada Região Militar, pelos próprios oficiais, sejam eles da ativa ou da reserva. Veja-se a rapidez e a perfeição com que foi montado o Museu do Palácio Conde de Linhares, no Rio, e o sucesso que vem fazendo.

Valorizando o trabalho dos próprios militares, a Fundação tem condições de criar um efeito multiplicador nas redações dos órgãos de comunicação,

atraindo inclusive os que nunca se interessaram por essas atividades para as suas fileiras, formando um batalhão de agentes culturais, professores de História e especialistas em várias áreas e expondo um patrimônio construído ao longo dos séculos com muito suor, e literalmente com muito sangue.

É, portanto, com a coragem e a determinação que forjaram uma instituição – e um país – que o Exército Brasileiro através de sua Fundação Cultural está encarando o desafio. O novo território a conquistar e guardar é a mente e o coração de todos os brasileiros.

*Em sua missão de guardar o território nacional, o Exército obteve outras conquistas, tão nobres quanto a de garantir a integridade geográfica. A Arma também expandiu nossas fronteiras intelectuais, integrou, fez única uma nação multirracial e defendeu os valores humanitários que norteiam as sociedades mais avançadas.*