

MARKETING CULTURAL NO ARQUIVO ECLESIAÍSTICO: HISTÓRIA E MEMÓRIA NO TEMPO PRESENTE¹

Susana das Graças da Silva Madruga

Arquivista formada pela Universidade Federal de Santa Catarina

e-mail: madruga.su@gmail.com

Resumo: Os Arquivos Eclesiásticos representam uma importante fonte para pesquisadores, estudiosos de diversas áreas do conhecimento. A história contida nesses acervos estabelece uma conexão direta com a memória individual e coletiva documentada de uma sociedade. Esta pesquisa exploratória, documental foi de cunho qualitativa, concentra-se na aplicação de marketing cultural em um arquivo eclesialístico. Teve como objetivo promover a divulgação documental do acervo da Paróquia da Santíssima Trindade de Florianópolis/SC através do Marketing Cultural. Com foco nos processos de habilitação para o matrimônio do ano de 1967. Foi realizada a promoção direta do Marketing do acervo arquivístico dos matrimônios realizados na Igreja da Trindade. Atualmente o prédio é patrimonial da Universidade Federal de Santa Catarina. A aplicação do marketing cultural eclesialístico propiciou a divulgação dos acervos pessoais e documentais dos casados na paróquia da Santíssima Trindade em 1967. A ação auxiliou no processo de reedificação da história desses casais, preservando a memória e contribuindo na formação cultural da comunidade eclesialística catarinense.

Palavras-Chave: Arquivos Eclesiásticos. Memória. Marketing Cultural.



1 INTRODUÇÃO

Os documentos de arquivo são o resultado das atividades desenvolvidas de qualquer instituição, com o passar do tempo, naturalmente se acumulam, mantendo uma relação entre si. Realizar a gestão documental no arquivo nas três fases tem sido uma tarefa desafiadora das instituições eclesialísticas custodiadoras dos acervos.

Os Arquivos Eclesialísticos representam um importante instrumento de pesquisa para pesquisadores, estudiosos, comunidade e para a própria instituição religiosa, pois subsidia informações muitas vezes encontradas somente nesses acervos.

As histórias contidas nesses acervos, constituem a memória documentada da sociedade e representam uma valiosa fonte de informações das atuações e acontecimentos ocorridos no percurso da trajetória das instituições religiosas. Além de toda a cultura encontrada nos documentos das organizações eclesialísticas, possibilitando através do acesso informações e conhecimentos.

Apesar dos Arquivos Eclesialísticos caracterizarem fundos importantíssimos para a recuperação da história, memória, cultura e de fontes civis, no Brasil há poucos estudos

¹Trabalho de conclusão de curso aprovado pelos membros da Banca: Juliana Fachin/UFSC- e-mail: julianafachin@gmail.com; Cezar Karpinsk/UFSC- e-mail: cezark@hotmail.com. Orientadora responsável: Eliana Maria dos Santos Bahia/UFSC - e-mail: eliana.maria@ufsc.br

referentes a eles. Desta forma, justifica-se o motivo pelo qual os acervos eclesiásticos são pouco conhecidos por toda a sociedade, apesar de sua riqueza e grandiosidade.

Com 164 anos de existência a Paróquia da Santíssima Trindade – PST (2018) produziu e armazenou documentos que refletem suas ações, narram a memória institucional e auxiliam no processo de reedificar a história da comunidade.

Mediante ao exposto, o presente estudo teve como objetivo promover a divulgação documental do acervo da PST de Florianópolis/SC por meio do Marketing Cultural. A proposta visou responder a seguinte pergunta, é possível desenvolver Marketing Cultural em Arquivo Eclesiástico?

2 ARQUIVO

Schellenberg (2007, p. 41) aborda sobre os arquivos de valor permanente: “[...] documentos de qualquer instituição pública ou privada que hajam sido considerados de valor, merecendo preservação permanente para fins de referência e de pesquisa”, justificando assim a preservação e conservação dos mesmos nas instituições.

Os documentos são elaborados com objetivos específicos, representam o resultado das ações. Segundo o Conselho Internacional de Arquivos- CIA (2011, p.7) “O objetivo fundamental dos arquivos é o uso”, e partindo dessa premissa, reforça-se a importância das práticas arquivísticas para conservar e preservar para que os ambientes de arquivos atendam seu propósito final: acesso e uso, para a administração ou a história.

O Marketing cultural nos arquivos eclesiásticos se configura, conforme o CIA (2014, tradução nossa) como, “[...] são a salvaguarda da memória da humanidade, uma vez que preservam os testemunhos de seu passado. Trabalhando para o desenvolvimento de arquivos, o CIA está preocupado em preservar a memória da humanidade”. Portanto, são os pilares de qualquer sociedade.

2.1 ARQUIVOS ECLESIÁSTICOS

A PST é uma instituição religiosa, um local de atendimento, orientação, de ajuda material ou espiritual. No decorrer de sua existência produziu conjunto documental que representa o patrimônio histórico de valor intangível para toda a comunidade, Hayes (2017, on-line, tradução nossa) define que Arquivos Eclesiásticos podem ser descritos como “[...] uma coleção de documentos, registros, monumentos e memoriais, relativos à

origem, fundação, crescimento, história, direitos, privilégios e constituições de uma diocese, paróquia, mosteiro ou comunidade religiosa sob a jurisdição da Igreja”.

Farias e Bahia (2016) reforçam a importância da preservação do acervo, muitas informações o usuário não encontrará em outros locais:

Os arquivos católicos guardam registros civis produzidos antes do Código Civil promulgado em 1916, além de informações de cidades, famílias, personalidades catarinenses, brasileiras, e até mesmo de outros países. Ressaltamos que o Código Civil, promulgado em 2002, não atualiza essa regulamentação. (FARIAS; BAHIA, 2016, p. 377).

Segundo a Lei de Arquivo nº 8.159 de 08 de janeiro de 1991, que dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados, em seu artigo primeiro estabelece que, as instituições custodiadoras de acervos devem proteger: “[...] documentos de arquivos, como instrumento de apoio à administração, à cultura, ao desenvolvimento científico e como elementos de prova e informação”. Reforçando assim a importância do recolhimento, preservação e conservação dos documentos permanentes.

Ferreira e Tognoli (2017) contribuem vindo ao encontro com a Lei de Acesso à Informação n. 12.527 de 18 de novembro de 2011, que regulamenta o direito constitucional de acesso às informações produzidas ou custodiadas por órgãos ou entidades públicas ou privadas que representem interesse da sociedade:

Os arquivos eclesiásticos são considerados de natureza privada, no entanto alguns documentos têm um grande valor social, podendo ser entendidos como de interesse público. Em que pese a importância desses arquivos para a sociedade, nota-se, no âmbito da literatura científica da arquivística brasileira, uma carência de referências que tragam maiores explicações sobre a temática em âmbito teórico e epistemológico. (FERREIRA; TOGNOLI, 2017, p.8)

A Arquivologia² tem como premissa contribuir com o acesso à informação de que a sociedade necessita. Isso só é possível através das funções pilares da gestão documental: classificação, avaliação, descrição arquivística, conservação/preservação e organização dos acervos.

No Antigo Testamento da Bíblia, encontramos o livro de Esdras, escrito entre 538 e 400 a.C. no qual o tema central é a organização da comunidade da época, em seu capítulo seis, versículo primeiro é reforçado a importância dos arquivos para o rei: “Então, o rei Dario mandou que se fizesse uma profunda investigação nos arquivos da Babilônia, que estavam protegidos nos mesmos locais em que se guardavam os tesouros.” (SANTA BÍBLIA, 2004, on-line).

² Disciplina que estuda as funções do arquivo, os princípios e técnicas a serem observados na produção, organização, guarda, preservação, conservação e utilização dos arquivos. (DICIONÁRIO BRASILEIRO DE TERMINOLOGIA ARQUIVÍSTICA, 2005, p.37).

É evidente que os Arquivos Eclesiásticos significam para a Igreja uma representação da fé em sua doutrina, testemunho de toda sua história. O Papa João Paulo II transmitiu uma mensagem aos participantes na II Assembleia Plenária da Pontifícia Comissão para os Bens Culturais da Igreja:

Os arquivos, especialmente os eclesiais, não só conservam vestígios de vicissitudes humanas, mas levam também à meditação sobre a ação da Providência divina na história, de maneira que os documentos neles conservados se tornam memória da evangelização operada no tempo e autêntico instrumento pastoral. (JOÃO PAULO II, 1997, tradução nossa)

Ao abordar sobre os Arquivos Eclesiásticos, Bellotto (2006, p. 13) entrelaça-os com os arquivos sociais, “Os chamados arquivos sociais abrangem um grande número de arquivos importantes, sobressaindo-se os religiosos, os notários e os de movimentos e entidades políticas”. A ligação entre os Arquivos Eclesiásticos e Sociais constituem valor para a história e para a memória social.

No capítulo 3 da Lei de Arquivos nº 8.159, no artigo dezesseis, aborda sobre os Arquivos Eclesiásticos: “Os registros civis de arquivos de entidades religiosas produzidos anteriormente à vigência do Código Civil ficam identificados como de interesse público e social”. Arquivos com assentamentos precedentes à Proclamação da República em 1889 apresentam uma importância social e jurídica relevante, pois neste período não existia registro civil.

2.2 ARQUIVO DA PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE

O arquivo da PST está dividido entre dois setores específicos: Documentos Contábeis Fiscais e os Documentos Paroquiais. Existe um sistema informatizado, Sistema de Gestão Canônico Pastoral (SGCP), que está interligado a Cúria Metropolitana de Florianópolis e a todos as Paróquias que estão sob a responsabilidade da Mitra Metropolitana de Florianópolis, neste sistema é efetuado o registro com todas as informações referente às atividades desenvolvidas nas Paróquias permitindo que a Cúria tenha acesso às informações/documentação.

Quanto à produção dos livros de registro, a Paróquia produz sempre uma cópia, quando o livro está com as folhas todas preenchidas, um é encaminhado para a Cúria Metropolitana e o outro permanece armazenado no arquivo permanente da instituição.

A gestão documental fiscal segue as normativas da legislação recebidas pelo escritório de contabilidade que presta serviço à Paróquia. Quanto aos documentos

paroquiais a normativa utilizada é regida pelo Código do Direito Canônico, em seu artigo 486, a qual estabelece que:

§ Todos os documentos respeitantes à diocese ou às paróquias devem ser guardados com o maior cuidado.

§ Dos documentos que se encontram no arquivo faça-se um inventário ou catálogo com um breve resumo de cada um. (VATICANO, 1983, p 89).

Em 2017, o arquivo da PST conta com quarenta e quatro caixas de arquivo desses processos, totalizando 5,28 metros lineares, a partir de 1962 do acervo paroquial. A caixa do ano corrente fica acomodada no armário na secretaria paroquial juntamente com os livros índices e os livros de registros. Quando encerra o ano vigente, a caixa é transferida junto às demais.

A PST mantém em seu acervo os processos segundo a orientação da Lei n. 1.110 de 23 de maio de 1950. Neles encontram-se anexados outros documentos oriundos de outras instituições públicas ou privadas do estado, do Brasil e outros países, com forma e formatos diferentes, como: certidão de habilitação, documento realizado em cartório civil; certidão de óbito quando um dos nubentes era viúvo; certidões de batismo dos nubentes, documentos provenientes de outras Paróquias e informações pessoais.

Em 10 de janeiro de 2002, foi promulgada a Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro n. 10.406, que instituiu o Código Civil, que em seu capítulo V esclarece a respeito do processo de habilitação para o casamento, no artigo 1.525: “O requerimento de habilitação para o casamento será firmado por ambos os nubentes, de próprio punho, ou, a seu pedido, por procurador”, em 2017 a abertura de um processo na PST, é digitalmente, porém é impresso uma cópia para seguir essa normativa.

Os processos encontram-se organizados pelo método cronológico, foi realizada a gestão documental no acervo pela pesquisadora deste projeto e estagiária do curso de Arquivologia em 2017 da UFSC. O acervo está acomodado no “Arquivo Eclesiástico Santíssima Trindade”, que é o nome do arquivo permanente da Paróquia

Os gestores e colaboradores em 2017 da PST, não sabem onde estão guardados os processos para o matrimônio anteriores a 1962, foi verificado junto a Cúria Metropolitana, se estavam sob sua guarda, não foram localizados. A respeito de perdas de Arquivos Eclesiásticos, Marchisano (2000, p. 154) esclarece que:

Os arquivos eclesiásticos constituem, apesar de perdas lamentáveis, um patrimônio de valor inestimável. Tanto preciosos depósitos de documentos antigos, como os papeis dos arquivos modernos constituem o testamento da obra e da vida da Igreja, formando no seu conjunto uma documentação única, essencial e insubstituível, destinada antes de tudo a servir a Igreja.

Os gestores atuais da PST têm a preocupação quanto à conservação e preservação do seu acervo custodiado. Manter viva a história contida nesse patrimônio é manter viva a memória. Neste contexto Andrade (2007, p.72) expõe que o desafio das instituições de custódia da memória social é a de “ampliar a capacidade de atendimento a uma clientela cada vez mais diversificada de interessados em obter acesso aos acervos custodiados”.

Podem-se compreender os desafios enfrentados pela PST, dentre eles, a carência do auxílio do profissional Arquivista em seu quadro funcional, pois seu acervo é único, e necessita de cuidados específicos da área arquivística.

Desta maneira, pode-se afirmar que os documentos eclesiásticos da PST representam um valor imprescindível para toda a sociedade por serem únicos e insubstituíveis. Nesta perspectiva, “O estudo e compreensão dos arquivos da Igreja devem partir da afirmação dos princípios fundamentais: o arquivo Igreja é a memória da vida de uma sociedade [...]” (MARCHISANO 2000, p.105-106, tradução nossa).

A PST é a instituição legalizada mais antiga no bairro Trindade, desde 1848, durante seu percurso junto à comunidade, foi capaz de preservar e conservar a riqueza que narra à memória no tempo presente, “Os Arquivos Eclesiásticos”.

3 HISTÓRICO DA PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE

No livro toambo³ n. 1 de 1895, que se encontra no acervo da PST, segundo registros na página 3, “A Parochia⁴ foi criada por lei provincial de 23 de Março de 1853 tendo actualmente⁵ uma população de três mil habitantes mais ou menos e por falta de sacerdotes está anexa⁶ á parochia do Desterro”.

A Paróquia Freguesia da Santíssima Trindade de Trás do Morro foi criada através da Lei Provincial n. 352⁷, promulgada pelo Pres. Dr. João José Coutinho⁸. Segundo o histórico da PST em Matos (1997, p.65) diz que: “Pela mesma lei, ficou definido que a capela da Santíssima Trindade, já existente, serviria de matriz à nova freguesia”.

³ Livro Tombo = trata-se de um Livro tipicamente canônico-ecclesial, onde são lançados os atos e fatos significativos, os acontecimentos históricos, os procedimentos administrativos de maior relevância. Este Livro é redigido pelo Pároco. Fonte: Paroquiada Piedade (2017).

⁴ Ortografia da Língua Portuguesa no ano de 1895 aparece Parochia, em 2017 escreve-se Paróquia.

⁵ Ortografia da Língua Portuguesa no ano de 1895 aparece actualmente, em 2017 escreve-se atualmente.

⁶ Ortografia da Língua Portuguesa no ano de 1895 aparece anexa, em 2017 escreve-se anexada.

⁷ PST. Nossa História (2017).

⁸ João José Coutinho foi nomeado Presidente da Província Catarinense no final de 1849 e ficou no cargo até o final de 1859, um período de quase dez anos. Era carioca, formado bacharel em direito pela Faculdade de Direito de São Paulo em 1832. Assumiu a província num contexto em que a estrutura administrativa e de recursos humanos estava sendo constituída (SCHMIDT, 2006 p. 17).

Segundo Werner (2002, p.31) “[...] a região da Trindade foi ponto de acomodação de casais açorianos, chegados de 1748 a 1756. Já era um lar conhecido por ser passagem para a Lagoa, e foi a última freguesia criada na Ilha de Santa Catarina”. Motivo pelo qual justificou a criação da PST através da Lei Provincial. Várzea (1985, p.110) contribui com informações pertinentes da freguesia de Trás do Morro:

A freguesia de Trás do Morro, já nossa conhecida pela célebre romaria da Trindade [...]. O solo da freguesia ocupa vasta área toda plana e cortada de culturas, que se irradiam em torno da praça onde se acha a igrejinha, cercada de interessantes habitações, dentre as quais se destacam algumas chácaras com jardins.

Em estudos realizados nos livros tombos, constatou-se que a PST era muito pobre, foram anexadas outras cinco freguesias da Ilha para o atendimento espiritual. Desde sua criação até atualidade a PST cresceu e continua desenvolvendo suas atividades junto à comunidade com as pastorais e os trabalhos sociais, em 2017 atende nove comunidades.

A comunidade no seu envolvimento com a PST criou o “Encontro das Famílias da região”, através de pesquisas verificou-se que em 1857 “havia uma "festa", com Imperador do Divino, leilões e muito cavalo pastando no adro da igreja" (MATOS, 1997, p.65). Uma espiritualidade forte conferiu à Festa da Santíssima Trindade a prioridade da confraternização. De acordo com Várzea, a festa da Santíssima Trindade atraía muitas pessoas e representava um evento importante na capital de Santa Catarina.

A festa acontece anualmente, desde seus primeiros anos caracterizou-se pela construção de barracas de bambu com grandes quantidades de laranjas, das plantações da Trindade e suas imediações, razão pela qual a festa passou a ser chamada popularmente de “Festa da Laranja”. Werner (2002, p. 142) cita que “[...] quase todo mundo tinha laranja no quintal, por isso não havia muita saída para venda. Assim, a festa da Trindade era uma ótima oportunidade para vender o excesso [...]”.

Na contemporaneidade, a Festa da Santíssima Trindade representa um evento no calendário da comunidade, atraindo estudantes da UFSC, pessoas da comunidade e dos arredores, segundo a Paróquia:

3.1 IGREJINHA DA PST EM 1967

Conforme Matos (1997, p.65) em 1830 o navegador Eduardo Moreira iniciou a construção da primeira capela na comunidade, segundo o livro tomo n. 3 (1961) quando a PST foi criada através da Lei Provincial n. 352 em 1853 ficou definido que a capela, já existente, serviria de matriz à nova freguesia:

“A capela da SS. Trindade servirá de Matriz à nova freguesia” (artigo 3º). As pessoas antigas cuja memória remonta à época da construção da matriz que se concluiu em data posterior, não se recordam da existência de outra capela anterior; por isso, supõe-se tratar-se de uma capela em construção, e que passava ser a matriz que anteriormente se terminava. (LIVRO TOMBO n. 3, 1961, p. 6).

Na resenha histórica do Pe. Evaldo Pauli realizada em 1961 no livro tomo n. 3, (1961, p. 6), que se encontra no acervo Eclesiástico da PST, segundo ele, “Documentos escritos nos fala de matriz em construção em 1854”. Há poucos registros sobre a construção da igrejinha, dificultando precisar com exatidão a quantos anos a igrejinha encontra-se situada no bairro Trindade, antiga cidade de Desterro, Florianópolis.

Após pesquisas apresentadas por Werner em 2002, o Reitor da UFSC professor Dr. Caspar Erich Stemmer (1976 a 1980) obteve verbas para aquisição dos terrenos em torno da Universidade incluindo o que pertencia a PST, nessa época, a nova igreja encontrava-se em obras. Com orçamento do empreendimento, o Vigário da época Frei Nelson adquire o terreno que faz parte da Paróquia.

No ano de 1977, posteriormente a construção da nova e espaçosa Igreja Matriz, a igrejinha foi incorporada ao patrimônio da UFSC, sendo reformada e restaurada, e atualmente é a sede do Departamento Artístico e Cultural da Universidade.

A igrejinha hoje pode ser considerada um monumento das interações locais, Le Goff (2008, p. 526) destaca que “O monumentum é um sinal do passado, [...] é tudo aquilo que pode evocar o passado, perpetuar a recordação”. Representam um legado à memória coletiva catarinense.

As atividades da PST foram realizadas na antiga igrejinha até 1967, atualmente representa o patrimônio cultural para a sociedade catarinense.

4 MARKETING EM ARQUIVOS

Ao ouvir a palavra Marketing as pessoas associam com atividades empresariais, fazendo relações a publicidades, vendas, concorrências, mercado dentre outras. Inicialmente pode-se ter a ideia de que nada tem relação com Arquivo Eclesiástico.

Pode-se afirmar que a ferramenta do Marketing está intimamente ligada a Arquivologia, apresenta-se como uma concepção aliada a gestão documental auxiliando o arquivista na difusão dos serviços informacionais arquivísticos, conseqüentemente, trazendo satisfação ao usuário, conforme apresenta Amaral (2011, p. 93) “[...] marketing como ferramenta gerencial para melhorar o desempenho das unidades de informação, organizações de valor essencial para o desenvolvimento social, econômico,

político e cultural da sociedade.” Neste sentido, o conceito de marketing está intimamente relacionado a criação de valores aos serviços essenciais prestados aos usuários que buscam informações nos acervos, desta forma, contribui para a sobrevivência das unidades de informação.

Compartilhamos com Amaral (2001b), Marketing em Arquivos necessita de um profissional da informação com competências e habilidades mediante o uso lapidado das técnicas arquivísticas, valorizando o profissional, e conseqüentemente valorizando o ambiente de arquivo onde ele está inserido:

As razões apontadas para a adoção do marketing evidenciam a constante necessidade de inculcar o verdadeiro profissionalismo naqueles que trabalham em unidades de informação, reconhecendo a importância da informação como insumo básico das atividades desenvolvidas, sem descuidar da prioridade que deve ser dada ao usuário como consumidor dos produtos e serviços oferecidos por essas organizações (AMARAL, 2001b, p.6-7)

Contribuindo, Arellano (2015, p. 32, tradução nossa) destaca que, “[...] Marketing é uma filosofia que procura dar prioridade à satisfação das necessidades dos consumidores como garantia para o sucesso em longo prazo...”, com isso, reforça-se o pensamento de que o arquivo não visa lucro financeiro, mas necessita de um resultado positivo, para propiciar sua exequibilidade, que é a satisfação informacional daqueles que utilizam os serviços dos ambientes de arquivos.

A aplicação do Marketing em Arquivos possibilita a sociedade conhecer, valorizar e respeitar o legado documental produzido pelas instituições. Para obter o sucesso é fundamental identificar os usuários como consumidores de informação para atendê-los satisfatoriamente, além de conhecer as técnicas de marketing empregadas nos arquivos.

Marketing não é propaganda, mas o trabalho sistemático de identificar as satisfações que os consumidores procuram, valorizam e necessitam. Inovação, por sua vez, não se confunde com invenção ou mera atualização tecnológica, mas consiste em fornecer bens e serviços, cada vez melhores e mais econômicos. (MURAD, 2012, p.80).

Na literatura arquivística, pode-se afirmar que o termo Marketing em Arquivos é um assunto recente, porém a sua aplicação sempre esteve relacionada intimamente com os mantenedores dos acervos através do tratamento e disseminação da informação.

O marketing em unidades de informação pode ser entendido como uma filosofia de gestão administrativa na qual todos os esforços convergem em promover, com a máxima eficiência possível, a satisfação de quem precisa e de quem utiliza produtos e serviços de informação. (OTTONI, 1995, p.10).

A aplicação do Marketing em Arquivos diz respeito à divulgação da informação, no auxílio das pessoas a alcançarem seus objetivos através das informações contidas nos documentos do acervo em suas pesquisas. Amaral (2001, p. 75) reforça que “Marketing é um processo gerencial, enfatizando as trocas voluntárias de valores para garantir a sobrevivência das organizações”, vindo ao encontro das instituições religiosas, que contam com o auxílio de vários voluntários.

A visão da PST é voltada ao ganho com o benefício social para sua comunidade, propondo em sua gestão uma sociedade justa e solidária. Murad (2012, p. 93) apresenta que a gestão do marketing é composta de cinco passos:

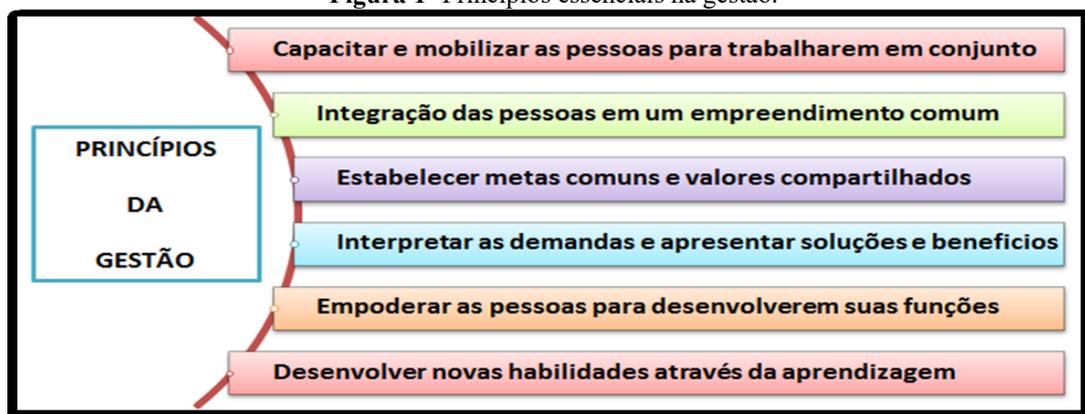
- a) Pesquisa de mercado;
- b) Mix de Marketing;
- c) Implementação;
- d) Segmentação, definição de público-alvo e posicionamento;
- e) Controle e avaliação.

A gestão de Marketing em arquivos facilita o trabalho do arquivista, objetivando utilizar informações sobre as necessidades dos usuários, desta maneira, auxilia em ações otimizadas e assertivas, aumentando o interesse dos serviços informacionais.

A arte de acompanhar o plano de Marketing em Arquivos é indispensável para que possíveis correções e mudanças sejam aplicadas no momento apropriado e o plano seja efetivamente proveitoso para qualquer instituição, trazendo os resultados esperados. Murad (2012) apresenta princípios essenciais da gestão com foco nos gestores, apresentados na figura 1.

Para obter resultados positivos, é imprescindível a união dos princípios básicos de gestão associados com o entendimento de como se estabelece a prestação de serviço, agregando valor a informação que o cliente, usuário ou pesquisador necessita.

Figura 1- Princípios essenciais na gestão.



Fonte: Adaptado de Murad (2012 p. 21-23)

Na figura 2 é apresentado o Mix de Marketing (ou Mistura de Marketing), elaborado com base em Murad (2012), com o intuito de atender as necessidades dos usuários, formado por um conjunto de componentes que se relacionam entre si, proporcionam ações e esforços ordenados para atingir os objetivos institucionais.

Figura 2 - Mix de marketing.



Fonte: Adaptado de Murad, (2012, p. 93-119).

Ao ponderarmos os ambientes das unidades de informação, o produto ofertado no Arquivo Eclesiástico, representa um produto intangível, ou seja, um bem imaterial, como um serviço ou uma informação.

Por tratar-se de uma unidade de informação, o preço está relacionado com a qualidade do serviço prestado. A praça aqui relacionada é uma ação voltada à forma como a informação chega ao usuário, podendo ser presencial, via telefone ou internet. A promoção está diretamente atrelada à comunicação arquivo e usuário, é fortalecimento das relações duradouras com seus usuários.

A promoção da memória social está estreitamente ligada a gestão de arquivos e implantação de Marketing Cultural, de acordo com Murad (2012), esse processo delinea quatro funções essenciais:

- a) Tornar os produtos e serviços conhecidos;
- b) Tornar o Arquivo atraente;
- c) Ensinar a utilizar o arquivo;
- d) Mostrar benefícios aos usuários do arquivo.

Diante das funções distintas apresentadas, o Mix de Marketing ajuda a concretizar as estratégias de organizar, gerir e avaliar as várias dimensões da PST, incluindo o Arquivo Eclesiástico, oferecendo inovações aos seus usuários, nesse sentido Amaral (2011) complementa que o marketing da informação é uma abordagem inovadora, ajuda

no conhecimento da unidade de informação a partir do entendimento do mercado, seja com fins lucrativos ou não.

O Arquivo Eclesiástico da PST é desconhecido da comunidade. Pode-se deduzir que falte a difusão no sentido de acessibilidade ao documento, não se restringe somente ao acesso, mas também a proliferação das informações contidas nos documentos. É primordial que o acervo esteja organizado, classificado, avaliado e descrito para que possa cumprir sua maior função: o acesso.

O marketing informacional e cultural proporciona aos arquivos eficiência e eficácia nas suas atribuições de: produção, organização, conservação, preservação, descrição, avaliação, classificação, difusão e utilização da informação, direcionando sua atenção para as necessidades e desejos de seus usuários.

4.1 MARKETING SOCIAL - AÇÃO SOCIAL

No entendimento de Vaz (1995), o marketing social representa um plano de mudança de comportamento, transformações, atitudes individuais e coletivas e as opiniões institucionais com o foco em buscar direcionamento de soluções sociais pensando na qualidade de vida da comunidade, neste sentido que o Marketing social é a

[...] modalidade de ação mercadológica institucional que tem como objetivo principal atenuar ou eliminar os problemas sociais, as carências da sociedade relacionadas principalmente às questões de higiene e saúde pública, de trabalho, educação, habitação, transportes e nutrição (VAZ, 1995, p.280).

Kotler e Gary (2017) no livro Fundamentos de Marketing apresentam o conceito sobre o Marketing Social, que tem sido consolidado por uma exigência e preocupação que vai além do bem-estar da sociedade no presente:

O conceito de marketing social sustenta a estratégia de que o marketing deve entregar valor aos clientes de uma maneira que mantém ou melhora o bem-estar de ambos os consumidores e da sociedade. Ela exige uma sustentabilidade, social e ambientalmente responsável de marketing que atende às necessidades atuais dos consumidores e empresas e, ao mesmo tempo [...] (KOTLER; GARY, 2017, p. 11, tradução nossa).

A PST é uma organização que auxilia a sociedade com trabalhos sociais gratuitos através da Ação Social, contando com apoio dos voluntários nas diversas pastorais existentes na instituição. Segundo Murad (2012, p.82) “Se uma organização não desenvolver a gestão, tenderá a sucumbir por falta de resultados e de recursos”.

A Ação Social da PST mantém três casas de atendimento sócio educativo para crianças e adolescentes da região, e auxilia uma casa para o tratamento de dependentes

químicos. Todos os projetos desenvolvidos através da ação social da PST são organizados por voluntários que acreditam no bem-estar social que estão proporcionando ao próximo e a si mesmo. Neste sentido Murad (2012) complementa:

São empresas, com uma clientela determinada, e precisam investir continuamente em marketing e inovação, para continuarem viáveis. Podem ser empresas diferentes, se estão regidas por valores humanos característicos, se têm uma finalidade que vai muito além de seu negócio e se oferecem uma significativa contrapartida de benefícios à sociedade (MURAD, 2012, p. 82).

Projetos da ação social têm como foco valores humanos, portanto, precisam sempre estar inovando o atendimento prestado pela instituição, sendo criativos para manter e atrair novos participantes.

4.2 MARKETING CULTURAL

O plano de Marketing Cultural pode ser considerado uma técnica que auxilia no processo de gestão para que a instituição se mantenha atrativa no mercado em que está inserida, para isso, é fundamental o planejamento de ações e estratégias desenvolvidas, pensando sempre nas manifestações culturais e na preservação do patrimônio.

O Marketing Cultural desenvolvido pela PST tem como foco principal o contentamento e satisfação dos clientes, da comunidade, seus colaboradores e usuários, trazendo como consequência o lucro, que é a motivação e bem-estar de todos.

Sendo assim, o Marketing Cultural está intimamente ligado ao Marketing Social, juntos eles propõem um conjunto de ações e estratégias objetivando incentivar e propagar a cultura, desenvolvendo políticas comprometidas com o social a partir das necessidades culturais da comunidade, onde está inserida a instituição.

O Marketing Cultural representa todas as atitudes que tem como foco a cultura como viés da comunicação no intuito de disseminar seu produto. No Arquivo Eclesiástico da PST seu legado maior, está na conservação e preservação do patrimônio material e imaterial. Segundo o artigo 216 da Constituição Federal de 1998,

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Com base no artigo citado, o marketing cultural pretende assegurar e respeitar a preservação do patrimônio cultural, desta forma há necessidade de implantar políticas de preservação, incluindo os acervos do poder público com o apoio de toda comunidade. Segundo o artigo 216, danos e ameaças causados ao patrimônio cultural, sofrerão punições na forma da Lei.

Em 1992 a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência, a Cultura (UNESCO), preocupada em preservar documentos e arquivos de grande valor histórico no mundo, desenvolve um programa intitulado a Memória do Mundo:

A memória do mundo é a memória coletiva e documentada dos povos do mundo, ou seja, seu patrimônio documental, que representa boa parte do patrimônio cultural mundial. Ela traça a evolução do pensamento, dos descobrimentos e das realizações da sociedade humana. É o legado do passado para a comunidade mundial presente e futura. (UNESCO, 1992).

A UNESCO reconhece que os acervos regionais e nacionais fazem parte do patrimônio da humanidade; para isso é necessário garantir requisitos que permitam aos acervos as condições de organicidade, unicidade, confiabilidade, autenticidade e acessibilidade, nesse sentido, a PST preocupa-se em atender esses requisitos.

Pode-se afirmar que Marketing Cultural pode conduzir conhecimentos. A partir dessa premissa de Reis (2003, p.70) quando diz que o marketing cultural perpassa “do enriquecimento intelectual da sociedade; da promoção da identidade de um povo; do fomento à criatividade, à tolerância e à análise crítica; da facilitação da inserção social de segmentos marginalizados da sociedade”.

Para a aplicação do Marketing Cultural nos ambientes de arquivos, é necessária uma análise da instituição, traçar as ações estratégicas, buscando inovação de produtos e serviços de informação ofertados, ou seja, fazer as adaptações dos conceitos de marketing para atingir suas metas, a satisfação dos seus usuários, conseqüentemente o reconhecimento institucional. Willerding et al. (2010, p. 07) indica que,

O marketing cultural pode ser visto pelas empresas como um qualificador com sua utilização na comunicação organizacional, pois ao ser aplicado através de projetos culturais, mesmo de forma indireta, exista uma troca de interesses entre a sociedade e a instituição, isto é, a sociedade ganha culturalmente a organização em reconhecimento.

Salientamos que o Marketing Cultural se apresenta como uma importante estratégia capaz de fortalecer a imagem da instituição apresentando-se como um facilitador de ações, aprimorando o desenvolvimento criativo individual ou coletivo, aumentando valores instrutivos, solidificando e preservando a cultura de uma sociedade.

4.3 AÇÕES DE MARKETING CULTURAL E SOCIAL NA PST

A PST desenvolve várias atividades de Marketing Cultural e Social, como a Festa da Santíssima Trindade, a cultura está inserida, conforme apresentadas por Piazza (1988, p.74), “[...] as festividades do ciclo do Divino Espírito Santo [...]”.

Pinho (2003, p. 27) “[...] Essa festividade, se tornou uma tradição, revelando um ritual longo e pomposo, um misto de religioso e profano [...] rituais de celebração, simbologia, festas, folguedos e com grande expressão tradicional [...]”, mantendo viva na memória catarinense a cultura açoriana herdada. Em sua existência a PST mantém viva a herança cultural dos colonizadores açorianos, modelada pelos “impérios”, apresentado a comunidade nas solenidades da Festa da Santíssima Trindade.

Através de ações realizadas com o foco do Marketing Cultural o Arquivo Eclesiástico da PST se fortalece e solidifica. Reis (2003, p. 13) define Marketing Cultural em sua essência como: “[...] a defesa de um melhor relacionamento entre quem oferece uma proposta e quem a recebe. Tendo suas origens nas relações entre produtor e consumidor [...]” dessa forma, o marketing cultural reflete na promoção institucional através da qualidade e excelência na prestação de seus serviços.

A aplicação de ações voltadas para o Marketing Social e Cultural no Arquivo Eclesiástico visa mudança de metodologia, proporciona o desenvolvimento e o fortalecimento da unidade de informação, benefícios para seus usuários, pesquisadores, historiadores, PST, sociedade catarinense na contemporaneidade.

5 PROCEDIMENTO METODOLOGICO

No intuito de responder o questionamento inicial da pesquisa, essa investigação foi elaborada em três etapas, na primeira deu-se através de uma pesquisa bibliográfica exploratória, sendo necessário um aprofundamento teórico a respeito do Marketing Cultural em Arquivos entrelaçando com os Arquivos Eclesiásticos da PST.

No segundo momento da pesquisa, foi realizada a aplicação do Marketing Cultural em Arquivo na tentativa de localizar os casais que realizaram matrimônio na PST no ano de 1967, através dos processos de habilitação para o matrimônio que se encontram no acervo da Paróquia. Foram realizadas duas exposições na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a primeira no dia 23 de junho de 2017 e a segunda nos dias 19 a 21 de outubro na 16ª Semana de Ensino, Pesquisa e Extensão (SEPEX), com os documentos eclesiásticos e acervos pessoais dos casais da comunidade.

Chamamos atenção que o Pároco da PST em 2017, Frei Justino Felix Stolf, Cap. da Ordem dos Frades Menores Capuchinhos- OFM, na mesma ocasião per fez bodas de ouro de seu sacerdócio, motivo pelo qual seu acervo pessoal se fez presente nas exposições. Posteriormente, no terceiro momento foi celebrada uma missa comemorativa às Bodas de Ouro com os casais encontrados na igreja matriz da PST, pelo Frei Justino e toda a comunidade do bairro Trindade.

Todos os instrumentos desenvolvidos nas atividades práticas houve a preocupação em se apropriar de padrões, desde o trabalho realizado no acervo com os processos de habilitação para o matrimônio, nas exposições apresentadas na comunidade, no material físico e digital utilizado para a divulgação do projeto.

A fim de compreender melhor, Rampazzo (2012, p, 49) esclarece que a pesquisa representa “[...] um procedimento reflexivo, sistemático, controlado e crítico que permite descobrir novos fatos ou dados [...]”, o que significa algo abrangente, um aprofundamento no que refere-se o Marketing Cultural nos Arquivos Eclesiásticos, ou seja, aumentar o conhecimento utilizando-se do método científico.

Na investida de aprimorar as ideias e elaborar novas hipóteses buscando uma familiaridade com o assunto foi realizado um estudo exploratório baseando-se em uma pesquisa bibliográfica documental de natureza qualitativa no decorrer do ano de 2017. Buscou-se aprofundar o enlace entre os Arquivos Eclesiásticos, Arquivologia, História da PST e o Marketing Cultural no Arquivo.

Após compreender o contexto da PST, foi possível entender como os documentos eclesásticos foram reunidos no arquivo. Buscou-se aprofundar a teoria, através de uma pesquisa bibliográfica. Eco (2010, p. 42) ressalta que “Organizar uma bibliografia significa buscar aquilo cuja existência ainda se ignora”. Dessa maneira contribuindo com o aprofundamento e reflexões sobre os conteúdos trabalhados. Eco (2010, p. 45) complementa que na produção de uma pesquisa bibliográfica “[...] cumpre manusear muitos livros.”, notoriamente como artigos e outras produções acadêmicas científicas.

Os dados qualitativos e exploratórios foram utilizados na busca dos casais que contraíram matrimônio no ano de 1967, cujos processos encontram-se no arquivo da PST para a realização da exposição na UFSC, pois ambicionava englobar além dos documentos eclesásticos os documentos do acervo pessoal dos referidos casais e do Frei Justino, que completam as Bodas de Ouro em 2017.

5.1 ANÁLISE DOS PROCESSOS PARA O MATRIMÔNIO REALIZADOS NA PST DO ANO DE 1967.

Através da análise direta aos processos para o matrimônio, pode-se constatar que todos são originais. Havia um padrão quanto ao tamanho, impressos e preenchidos manualmente à caneta. As folhas com formato definido são compostas de duas faces (frente e verso) encontram-se amareladas devido à ação do tempo, porém estão em bom estado de conservação.

Os processos referentes ao ano de 1967 contêm informações como: data e hora da celebração do matrimônio, nome dos cônjuges, filiação e data de nascimento, endereço residencial, naturalidade, nome das testemunhas, assinaturas dos nubentes e as assinaturas das testemunhas e do sacerdote.

O casamento religioso em 1967 era orientado conforme a Lei n. 1.110, de 23 de maio de 1950, que regulamenta o reconhecimento dos efeitos civis ao casamento religioso. A lei esclarece que,

art. 1º- O casamento religioso equivalerá ao Civil se observadas às prescrições desta Lei.

art.2º - Terminada a habilitação para o casamento perante o oficial do registro civil (Código Civil artigos 180 a 182 e seu parágrafo) é facultado aos nubentes, para se casarem perante a autoridade civil ou ministro religioso requerer a certidão de que estão habilitados na forma da lei civil, deixando-a obrigatoriamente em poder da autoridade celebrante, para ser arquivada (BRASIL. LEI 1.110, 1950).

Reforça-se cada vez mais a importância das práticas arquivísticas que na conservação, preservação e organização documental, assegurando assim a integridade física dos documentos, para sua maior função: o uso da informação.

5.2 MARKETING CULTURAL NOS PROCESSOS DE HABILITAÇÃO PARA O MATRIMÔNIO DA PST DE 1967.

Por ser uma instituição que presta serviços religiosos, precisa estar sempre se antecipando às demandas e inovar. Baseado nessa premissa buscou-se primeiramente identificar os casais que contraíram matrimônio no ano de 1967, buscando as informações nos processos de habilitação para o matrimônio e nos livros de registros.

Segundo os livros de registros n. 8B, de 03 de janeiro de 1959, e o livro n. 9, de 16 de agosto de 1967, encontram-se assentados os 60 matrimônios realizados na PST, referentes ao ano de 1967, sendo que, 46 foram realizados na antiga Igrejinha, e os demais, foram realizados em outras capelas pertencentes a PST no ano citado.

Feito o levantamento dos casais que consumaram matrimônio na Matriz: antiga Igrejinha, deu-se a busca com o intuito de encontrá-los. Para isso foi necessário conversar com moradores do bairro da Trindade, divulgar com amigos nas redes sociais, a contribuição dos colaboradores da PST e o auxílio da internet procurando o número do telefone ou endereço dos casais.

Foram localizados dez (10) casais dos quais cinco (5) aceitaram participar da exposição na UFSC emprestando seu acervo pessoal e estando presentes na exposição. Material iconográfico (fotografias) existente nos acervos pessoais; Certidões religiosas e do cartório e vestidos de noivas usados nos matrimônios em 1967.

Além do acervo pessoal emprestado pelos casais foi acrescido o acervo pessoal iconográfico do pároco Frei Justino e as cópias dos processos para o matrimônio de 1967, que fazem parte do acervo da PST. Procurando conectar suas histórias do tempo passado com o presente, a fim de contextualizar e reproduzir informações encontradas, valorizando a memória coletiva.

Segundo Le Goff (2008, p.207) “A distinção entre passado e presente é um elemento essencial da concepção do tempo”. As informações contidas nos documentos permitiram aos casais rememorar as dimensões de sua própria história, e contá-las aos visitantes da exposição.

Para a última ação executada, realizou-se a missa coletiva em comemoração as Bodas de Ouro com os casais. Depois de marcada a data, a PST auxiliou na tentativa de localização de outros casais ainda não encontrados. Para isso foi divulgado em todas as missas que antecederam a data escolhida, e nos Informativos Semanais, números 380 e 381 da PST, na seção dos avisos semanais.

6 RESULTADOS OBTIDOS

Pode-se afirmar que o Arquivo Eclesiástico é um guardador de memória. Sob esse entendimento Farge (2009, p. 22-23) reforça: “O arquivo manuscrito é um material vivo, [...] é um fragmento do tempo capturado”. O tempo é o elemento essencial no discernimento do passado e do presente.

A distinção de passado e presente apresentada por Le Goff (2008, p.209) “[...] é a que existe na consciência coletiva, em especial na consciência social”. Diferenciar o passado do presente é importante para compreender a concepção de tempo.

Visto que os documentos são uma forma de expressão da memória, então os arquivos são os detentores da memória individual e coletiva, servindo de suporte para a constituição da história das instituições e da identidade de um determinado povo.

Em vista dos argumentos apresentados, evidenciou-se a memória coletiva dos casais que participaram das exposições na UFSC rememorando os costumes, tradições, alegrias e preocupações comuns aos jovens casais de 1967. Farge (2015, p.71) complementa: “O acontecimento que sobrevém é um momento, um fragmento da realidade [...]”. Esse fragmento da realidade do passado evidenciou-se no semblante dos casais participantes do projeto.

6.1 EXPOSIÇÃO EM JUNHO DE 2017 NA UFSC

No dia 23 de junho de 2017, a partir das 08h foi montada a exposição do acervo pertinente as Bodas de Ouro no hall do CED, na Universidade Federal de Santa Catarina, ações da disciplina Marketing em Arquivo.

A exposição intitulada “1ª Feira Cultural de Marketing em Arquivo.” era composta por todos os alunos da disciplina Marketing em Arquivo (CIN 7921, 2016), do Curso de Arquivologia da UFSC, a qual ficou aberta ao público universitário e a comunidade local a partir das 09h, encerrando-se às 12h.

Na referida exposição, foi apresentado o trabalho intitulado “Bodas de ouro dos matrimônios da PST de Florianópolis - SC, e 50 anos de sacerdócio do vigário Frei Justino”. Houve a presença de muitas pessoas, dentre elas: quatro casais, uma viúva, Frei Justino que completou bodas de ouro de sacerdócio, visitantes da comunidade, professores e acadêmicos da Universidade.

As imagens 1 e 2 demonstram um folder que foi entregue aos visitantes na exposição realizada, com caráter explicativo do projeto.

Imagem 1- Folder confeccionado para exposição: “Marketing Cultural”, frente.

“O arquivo eclesialístico da Paróquia da Santíssima Trindade representa uma unidade na diversidade, e ao mesmo tempo, representa uma diversidade na unidade sendo um e diverso”.

O Marketing em Informação é uma ferramenta que vem para auxiliar as instituições custodadoras de acervos na utilização de seu princípio maior que é a satisfazer as necessidades e desejos de seus usuários, está intimamente ligado às funções pilares da arquivística: guarda, preservação/conservação, classificação, avaliação, descrição e disseminação da informação.

Marketing da Informação é um recurso substancial que auxilia o profissional da informação na divulgação arquivística, através da identificação das necessidades do usuário tendo em vista sempre a satisfação e o bem-estar.

Marketing em Informação encontra-se estreitamente ligado com o cotidiano das unidades de informações, visando manter a satisfação de seus clientes. Na contemporaneidade a sociedade vive na era da informação, com ênfase importante da triplite: informações, usuários e arquivistas.

“ Ao longo de 164 anos de existência, a Paróquia produz e armazena uma quantidade respeitável de documentos com informações riquíssimas que narram além do memória da instituição, a memória das pessoas, auxiliando no processo de reedificar a história. ”

Livros de Registro Matrimoniais

BODAS DE OURO DOS MATRIMÔNIOS DA PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE DE FLORIANÓPOLIS - SC, E 50 ANOS DE SACERDÓCIO DO VIGÁRIO FREI JUSTINO

Realizado por:
Suzana das Graças da Silva Madruga

Disciplina Marketing em Arquivo do Curso de Arquivologia - UFSC
Diretor: Elaine Maria dos Santos Balbo Jacovino
Contato com o autor:
48 - 98421-5267 - E-mail: madrugag@gmail.com

BODAS DE OURO DOS MATRIMÔNIOS DA PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE DE FLORIANÓPOLIS - SC, E 50 ANOS DE SACERDÓCIO DO VIGÁRIO FREI JUSTINO

Arquivos
Conjunto de documentos produzidos e acumulados por uma entidade coletiva, pública ou privada, pessoa ou família, no desempenho de suas atividades, independentemente da natureza do suporte.
(COARBO - DICCIONARIO BRASILEIRO DE TERMINOLOGIA ARQUIVISTICA)

Arquivos Pessoais
São conjuntos documentais, de origem privada, acumulados por pessoas físicas e que se relacionam de alguma forma às atividades desenvolvidas e aos interesses cultivados por estas pessoas, ao longo de suas vidas.
(Fundação Getúlio Vargas).

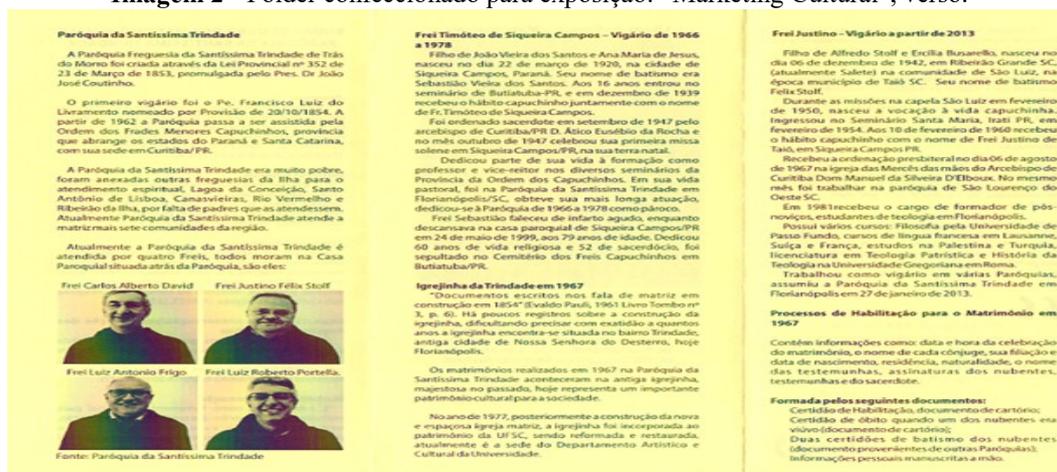
Arquivos Eclesiásticos
Arquivos Eclesiásticos podem ser descritos como uma coleção de documentos, registros, instrumentos e memoriais, relativos à origem, fundação, crescimento, história, direitos, privilégios e constituições de uma diocese, paróquia, mosteiro ou comunidade religiosa sob jurisdição da Igreja. (HAYES, [2017])

Importância da conservação/preservação dos Arquivos Eclesiásticos
Arquivos Eclesiásticos guardam registros civis produzidos antes do Código Civil promulgado em 1916, além de informações de famílias, famílias, personalidades catarinenses, brasileiras, e até mesmo de outros países. (PARIAS & BAHIA 2016, p. 377).

Marketing em Informação
[...] marketing como ferramenta gerencial para melhorar o desempenho das unidades de informação, o (re)atualização de valores essenciais para o desenvolvimento social, econômico, político e cultural da sociedade. (AMARAL, 2011, p. 93).

Fonte: De própria autoria (2017)

Imagem 2 - Folder confeccionado para exposição: “Marketing Cultural”, verso.



Fonte: De própria autoria (2017)

Procurou-se contextualizar informações importantes, como histórico da PST, histórico da igreja usada na época, biografia do Frei Timóteo de Siqueira Campos que realizou os matrimônios em 1967, biografia do Frei Justino que completou jubileu de ouro de vida religiosa, apresentava informações importantes a respeito dos processos de habilitação para o matrimônio, sobre o marketing e definições sobre a Arquivologia.

6.1.1 Exposição de Marketing com os acervos dos casais de 1967

Foi produzido um banner apresentado na imagem 2, utilizado nas três exposições montadas, duas na UFSC e a terceira na PST. Nele havia fotografias, os nomes de todos os casais de 1967 que contraíram matrimônio na antiga igreja, organizados por mês, dia e hora da celebração, nomes das testemunhas, do Frei que celebrou a cerimônia. E um pequeno texto informativo abordando as definições utilizadas na Arquivologia.

Imagem 2- Banner dos casais para a exposição: “Marketing Cultural”.



Fonte: De própria autoria (2017)

Foram montadas três mesas, no hall do CED, apresentadas na imagem 3. Na mesa maior, foram dispostos os documentos eclesiásticos da PST, referentes aos processos de habilitação para o matrimônio; os documentos do acervo pessoal dos casais; as certidões de casamento recebidas no dia da cerimônia pelo Frei celebrante.

Foi disposto o acervo iconográfico na mesa mediana. Essa exposição revelou-se como um lugar de memórias, um arquivo vivo do tempo. Segundo Félix (1998, p.41-42) “A memória liga-se à lembrança das vivências, e está só existe quando laços afetivos criam o pertencimento ao grupo, e ainda os mantém no presente.”

A exposição do acervo iconográfico, as fotos no ano de 1967 não possuíam cores, sendo assim, todas as fotos participantes na exposição eram em preto e branco. Cada acervo possuía uma média de dez a quinze fotografias, todas originais e em bom estado de conservação.

Imagens 3 – Montagem de fotos da exposição do “Marketing Cultural” com os casais de 1967



Fonte: De própria autoria (2017)

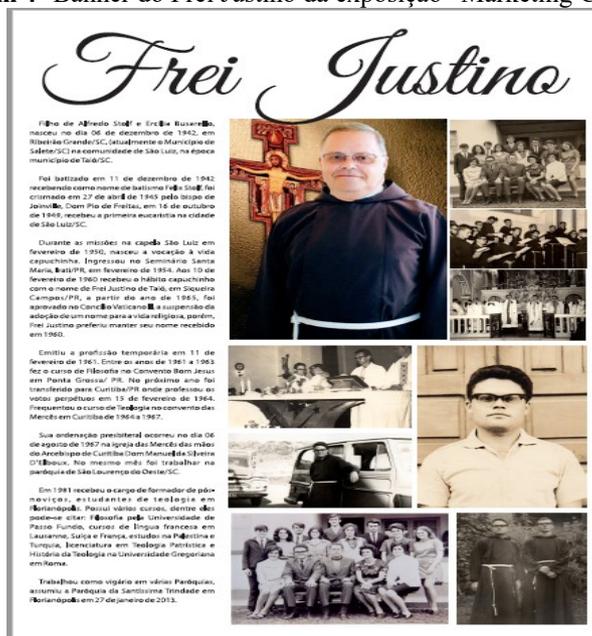
Foram colocados os docinhos aos visitantes da exposição. Cada casal participante na exposição recebeu uma lembrancinha de agradecimento por colaborar com a exposição através dos acervos emprestados, como também por congratulações pela trajetória.

Atrás das mesas, foi disposta uma arara com quatro vestidos utilizados há cinquenta anos, nas celebrações religiosas pelas noivas. Segundo elas: “Quem possuía um vestido de noiva, alugava ou emprestava para outras noivas”. Eles são apresentados na montagem das fotografias na imagem 3.

6.1.2 Exposição do vigário Frei Justino.

Foi confeccionado um banner contendo fotos que fazem parte do acervo pessoal do pároco e sua biografia, narrando fatos importantes de sua trajetória como religioso. Esse material compôs as três exposições realizadas, ficando exposto sempre ao lado do banner dos casais. Conforme apresentado na imagem 3 e 4.

Imagem 4- Banner do Frei Justino da exposição “Marketing Cultural”.



Fonte: De própria autoria (2017)

Foi organizado o acervo iconográfico pessoal do Frei Justino que narra sua trajetória pessoal e sacerdotal, através dos documentos por ele emprestados.

6.2 EXPOSIÇÃO DO MARKETING CULTURAL NA SEMANA DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO DA UFSC.

Devido a comemoração do dia do Arquivista em 20 de outubro, juntamente no período da 16ª Semana de Ensino, Pesquisa e Extensão (SEPEX) da UFSC, foi feita uma exposição, a fim de dar maior visibilidade ao Marketing Cultural do arquivo Eclesiástico, objeto do estudo.

A exposição dos materiais de Marketing Cultural Eclesiástico aconteceu nos dias 19 e 21 de outubro de 2017 das 9h às 19h no pavilhão montado na Praça da Cidadania, em frente à Reitoria I. Ação registrada e apresentada nas imagens 5 e 6.

Imagem 5 - Visita de Frei Frigo



Fonte: De própria autoria (2017)

Imagem 6 - SEPEX, 2017



Fonte: De própria autoria (2017)

Participaram no mesmo stand n. 80 na SEPEX o Arquivo Central da UFSC, o Núcleo de Pesquisa e Estudos em Arquivos Contemporâneos (NUPEAC), alguns graduandos do curso de Arquivologia da UFSC, divulgando suas pesquisas e trabalhos. Desta maneira foi possível dar visibilidade a um público maior da importância dos Arquivos Eclesiásticos da PST, considerando que as instituições UFSC e PST são vizinhas fisicamente, e que alguns integrantes da UFSC desconhecem a PST.

6.3 MISSA COLETIVA EM COMEMORAÇÃO AS BODAS DE OURO DOS CASAIS DE 1967 NA PST

Como ação de Marketing Social e Cultural, no dia quatro de novembro de 2017, às 18h foi realizada na PST a primeira missa comemorativa as Bodas de Ouro dos casais da PST. O vigário Frei Justino Félix Stolf preferiu a missa. Faziam-se presentes a comunidade, casais que completam bodas em 2017 e seus familiares.

Em frente à Igreja foi montada a exposição para a comunidade, apresentada na montagem de imagens 7, que contemplava os documentos para a habilitação para o matrimônio que se encontram no Arquivo Eclesiástico da PST, o acervo iconográfico dos casais participantes, quatro vestidos de noiva de 1967, o acervo iconográfico do Frei Justino, um banner com o nome de todos os casais que realizaram matrimônio na antiga Igrejinha, o banner de jubileu de Frei Justino. Participaram da celebração de renovação do matrimônio sete casais e uma viúva, no qual o marido não pode fazer-se presente.

No início da celebração, adentraram na Igreja, Frei Justino, os sete casais e as duas senhoras em fila indiana, o casal com mais idade foi à frente levando o banner com

os nomes de todos. A comunidade já estava dentro da Igreja e os receberam cantando a música *Mãos Abertas* do grupo *Agnus Dei*. Após a homilia, o Frei chamou todos os casais à frente do altar, fez a renovação do matrimônio, trocaram as alianças e receberam a bênção, apresentadas na montagem de imagens 7.

Ao final da celebração eucarística foi chamada a frente do altar a autora do projeto para explicar seu trabalho de Marketing Cultural no Arquivo Eclesiástico para toda a comunidade, consta na colagem de imagem 7.

Encerrando a celebração, todos puderam dirigir-se para a exposição conhecendo e explorando o trabalho desenvolvido no Arquivo Eclesiástico. Foi distribuído o folder das imagens para a comunidade presente.

Imagem 7 – Colagem de fotos dos casais na missa de renovação dos votos.



Fonte: PST, (2017)

Finalizando o trabalho proposto no início deste estudo, foi feito um vídeo contendo fotos e filmes de dois momentos distintos: na 1ª Feira Cultural de Marketing em Arquivo na UFSC e da 1ª Missa Coletiva de Bodas de Ouro dos Casais de 1967 da PST. Foram entregues aos participantes: os casais, a senhora e a viúva.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trabalhar e discorrer a respeito do Marketing Cultural em Arquivos, exige do profissional arquivista habilidades e competências, para utilizar com eficiência e eficácia, trazendo benefícios a instituição e ao usuário.

Na contemporaneidade as instituições precisam incrementar os produtos e serviços oferecidos para manter-se no mercado, incluindo as unidades de arquivo. Marketing apresenta-se como uma ferramenta para entender, produzir, difundir e fornecer valor, possibilitando satisfazer e encantar aos usuários da informação.

A realização das exposições com os Arquivos Eclesiásticos em três momentos distintos, 1ª Feira Cultural Marketing em Arquivo, 16ª SEPEX e na 1ª Missa coletiva de Bodas de Ouro na PST comprovou que é possível desenvolver o Marketing Cultural em Arquivos, atingindo os objetivos propostos nesse trabalho.

A partir de 2018, PST se apropriará das ferramentas do Marketing em Arquivo, será acrescentado na agenda anual da PST a Missa Coletiva de Bodas de Ouro, os nomes dos casais que estão registrados nos processos de habilitação, guardados há cinquenta anos, tornar-se-ão vivos e festivos na paróquia.

A repercussão do trabalho saiu da comunidade e foi para o âmbito profissional, com a proposta de auxiliar a Paróquia de São Pedro Apóstolo na cidade de Natal no Rio Grande do Norte - RN com atividades de marketing a serem desenvolvidas nos moldes do acervo eclesiástico da PST, competências desenvolvidas na graduação de Arquivologia da UFSC.

Abordar a memória contida no Arquivo Eclesiástico da PST, precisamente nos processos de habilitação para o matrimônio permitiu aos participantes estimular e fortalecer a memória coletiva e social a partir do momento em que as lembranças foram sendo despertadas pelas lembranças dos outros que faziam parte do mesmo grupo, trazendo os sentimentos, alegrias e emoções, através dos relatos orais presentes nos relatos históricos ocorridos em 1967.

A Constituição Federal de 1988 reforça a importância dos Arquivos Eclesiásticos, acervos a serem tratados, guardados e acondicionados, servindo a história, a memória e a pesquisa, especificando documentos como patrimonial cultural. A lei de acesso à informação intensifica a magnitude da preservação do patrimônio documental, objetivando o acesso à informação, fortalecendo ligações com os documentos, a História e a memória de uma sociedade.

O Marketing Cultural em Arquivos apresenta-se com uma ferramenta que proporciona a interlocução entre os Arquivos Eclesiásticos, os acervos pessoais, a memória individual e coletiva, servindo como subsídio para se conhecer e compreender o passado de uma comunidade.

Conhecer e se aprofundar em Arquivos Eclesiásticos é reconhecê-los como um patrimônio da humanidade nas suas várias finalidades: catequética, histórica, cultural, identificadora, criativa dentre outras. Apesar da magnitude que os Arquivos Eclesiásticos representam, no Brasil ainda há poucos estudos relacionados ao Marketing em Arquivo.

O Brasil é carente de literatura relacionada ao Marketing em Arquivos Eclesiásticos, há um grande desafio para todos os profissionais da informação, precisamos desmistificar a ideia de que os arquivos guardam apenas papéis velhos e amarelados, e sim o resultado das atividades realizadas, um arsenal da história com riquíssimas informações da memória.

Os Arquivos Eclesiásticos são considerados como patrimônio da humanidade, Arquivologia é a Ciência que colabora com suas competências para conservar e recuperar a memória contida nos acervos paroquiais, mantendo toda sua história.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Sueli Angélica do. Atividades de marketing na promoção de serviços de informação: pesquisa sobre o SONAR-INIS e o SERVIR-INIS do CIN/CNEN. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 75-96, jan./jun. 2001a.
- AMARAL, Sueli Angélica do. Gestão da Informação e Marketing: O desafio do futuro. In: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS. **ACTAS**, Lisboa, n. 7, 2001b.
- AMARAL, Sueli Angélica do. Marketing da informação: abordagem inovadora para entender o mercado e o negócio da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, DF, v. 40 n. 1, p.85-98, jan./abr., 2011.
- ANDRADE, R. S. Aspectos introdutórios da representação de informação arquivística: a Norma Brasileira de Descrição Arquivística (NOBRADE), a Descrição Arquivística Codificada (EAD-DTD) e o projeto Archives Hub. **Ponto de Acesso**, Salvador, v. 1, n. 2, p. 70-100, jul./ dez. 2007.
- ARELLANO, Rolando. **Marketing para vivir mejor**. Lima, Perú. Editorial Planeta Perú S.A. 2015.
- BELLOTTO, Heloisa Liberalli. **Arquivos permanentes**: tratamento documental. Rio de Janeiro: GV Editora, 2006.
- BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS. **Arquivologia**. Dicionário brasileiro de terminologia arquivística: CONARQ,2005.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, 05 de outubro de 1988. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF. 1988.

BRASIL. Lei n. 1.110, de 23 de maio de 1950. Regulamenta o reconhecimento dos efeitos civis ao casamento religioso. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. 23 maio 1950.

BRASIL. Lei 8.159, de 08 de janeiro de 1991. Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. 8 jan. 1991.

BRASIL. Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Regulamenta Introdução às normas do Direito brasileiro. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 10 jan. 2002.

BRASIL. Lei n. 12527 de 18 novembro 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 18 nov. 2011.

CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS-ICA. **Princípios de Acesso aos Arquivos**. Comitê de Boas Práticas e Normas. Grupo De Trabalho Sobre Acesso. Maio 2011. Disponível em: <https://www.ica.org/sites/default/files/ICA%20Standards_Access_principles_PO.pdf>. Acesso em: 08 set. 2017.

CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS-ICA. 2014. Espanha. Disponível em: <<https://www.ica.org/en/espa%C3%B1ol>>. Acesso em: 25 set. 2017.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. Tradução Gilson Cesar Cardoso de Souza. São Paulo: Perspectiva, 2010.

FARGE, Arlette. **O sabor do arquivo**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

FARGE, Arlette. **Lugares para a história**. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

FARIAS, João Augusto de; BAHIA, Eliana Maria dos Santos. Descrição Arquivística das Fontes Documentais da Visita Apostólica do Papa João Paulo II (Santo) em Florianópolis. **ÁGORA**, Florianópolis, v. 26 n. 53, p. 373-400, jan./jul., 2016.

FERREIRA, Elane Rodrigues da Silva; TOGNOLI, Natália Bolfarini. Os arquivos eclesiásticos e a arquivística brasileira: uma análise dos artigos publicados nos periódicos arquivísticos brasileiros. **ÁGORA**, Florianópolis, v. 27, n. 54, p. 7-28, jan./jun., 2017.

HAYES, P. J. Ecclesiastical archives. **CATHOLIC ENCYCLOPEDIA**. [2017] Disponível em: <<http://www.newadvent.org/cathen/01696a.htm>>. Acesso em: 2017.

KOTLER, Philip; GARY Armstrong. **Fundamentos de Marketing**. 13. ed. México: Pearson, 2017. 634 p.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. 5. ed. Tradução de Bernardo Leitão. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2008.

MARCHISANO, F. El archivo, el archivero y la archivística eclesiástica. In: ROSA, M.L.; FONTES, P.O.F. (Org.). **Arquivística e arquivos religiosos**: contributos para uma reflexão. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa, 2000, p. 99-115.

MATOS, Enio de Oliveira. **Preservando sua história**. Editora: Arquivo Histórico Eclesiástico de Santa Catarina, 1997, p.184.

MURAD, Afonso. **Gestão e Espiritualidade**. 5. ed. São Paulo: Paulinas, 2012.

OTTONI, Heloisa Maria. Bases do marketing para unidades de informação. **Ciência da Informação**. Brasília. v. 25, n.2, 1995.

PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE. **Livro de registro para o matrimônio, n. 8B**. 1959. Manuscrito. Florianópolis.

PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE. **Livro de registro para o matrimônio, n. 9**. 1967. Manuscrito. Florianópolis.

PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE. **Livro Tombo n. 1**. 1895. Manuscrito. Florianópolis.

PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE. **Livro Tombo n. 3**. 1961 -1982. Manuscrito. Florianópolis.

PARÓQUIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE. **Nossa História**. 2018. Disponível em: <<http://www.paroquiadatrinidade.com/paroquia/nossa-historia/>> Acesso em: 10 abr. 2017.

PARÓQUIA DA PIEDADE. **Livro Tombo**. 2012. Disponível em: <<http://paroquiadapiedade.com.br/formacao/oficios-do-vigario-geral/livro-tombo/>> Acesso em: 02 maio 2017.

PAPA JOÃO PAULO II, II **Assembleia Plenária Da Pontifícia Comissão para os Bens Culturais da Igreja**. Castel Gandolfo, Itália, 25 set. 1997. Disponível em: <https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/it/messages/pont_messages/1997/documents/hf_jp-ii_mes_19970925_beni-culturali.html>. Acesso em: 12 abr. 2017.

PIAZZA, Walter Fernando. **A colonização de Santa Catarina**. Florianópolis: Lunardelli, 1988.

PINHO, Jair Peres de. **Para uma compreensão do espírito santo na cultura açoriana**. Dissertação (Mestrado em Teologia). Pontifícia Universidade Católica Rio Grande do Sul, Faculdade de Teologia. Porto Alegre, 2003.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 7. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e Financiamento da Cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

SANTA BIBLIÁ. **Esdras 6:1**. Tradução João Ferreira de Almeida. 2006. Disponível em: <<https://bibliaportugues.com/jfa/ezra/6.htm>>. Acesso em: 04 maio 2017.

SCHELLENBERG, T. R. **Arquivos modernos**. Princípios e técnicas. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

SCHMIDT, Leonete Luzia. **As Práticas de Intervenção de João José Coutinho na Educação Pública de Santa Catarina 1850 -1859**. Tese (Doutorado em Educação). Programa de Estudos Pós-Graduados em Educação, História, Política, Sociedade. PUC/SP, São Paulo, 2006.

UNESCO. **Programa Memória do Mundo**. 1992. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/communication-and-information/access-to-knowledge/documentary-heritage/>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Centro de Ciências da Educação. Departamento de Ciência da Informação. **Disciplina Marketing em arquivo: CIN 7921**. 1 sem. 2017.

VATICANO. **Código de Direito Canônico**. 4. ed. rev. Portugal: Editorial Apostolado da Oração - Braga. 1983. Disponível em: <http://www.vatican.va/archive/cod-iuris-canonici/portuguese/codex-iuris-canonici_po.pdf> Acesso em: 22 abr. 2017.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Institucional: o mercado de ideias e imagens**. São Paulo: Pioneira, 1995. P. 280.

VÁRZEA, Virgílio dos Reis. **Santa Catarina: a Ilha**. Florianópolis: Editora Lunardelli, 1985.

WERNER, Clóvis. **Antiga Igrejinha da Trindade: lembranças de moradores do bairro**. Universidade do Estado de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

WILLERDING, Inara Antunes Vieira. et al. Marketing Cultural: ferramental para a gestão do conhecimento. CONVIBRA– CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO. **Anais...7.**, 2010. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_1268.pdf>. Acesso em: 05 out. 2017.

CULTURAL MARKETING IN THE ECCLESIASTICAL ARCHIVE: HISTORY AND MEMORY IN THE PRESENT TIME

Abstract: *The Ecclesiastical Archives represent an important source for researchers, scholars of various fields of knowledge. The history contained in these collections establishes a direct connection with the documented individual and collective memory of a society. This exploratory, documentary research was qualitative, concentrating on the application of cultural marketing in an ecclesiastical archive. It aimed to promote the documentary dissemination of the collection of the Holy Trinity Parish of Florianópolis / SC through Cultural Marketing. Focusing on the processes of habilitation for the marriage of the year of 1967. It was carried out the direct promotion of the Marketing of the archivist collection of the marriages realized in the Church of the Trinity. Currently the building is patrimonial of the Federal University of Santa Catarina. The application of ecclesiastical cultural marketing led to the dissemination of the personal and documentary collections of married couples in the parish in 1967. The action helped in the process of rebuilding the history of these couples, preserving memory and contributing to the cultural formation of the ecclesiastical community of Santa Catarina.*

Keywords: *Ecclesiastical Archives. Memory. Cultural Marketing.*

MARKETING CULTURAL EN EL ARCHIVO ECLESIASTICO: HISTORIA Y MEMORIA EN EL TIEMPO PRESENTE

Resumen: *Los Archivos Eclesiásticos representan una importante fuente para investigadores, estudiosos de diversas áreas del conocimiento. La historia contenida en estos acervos establece una conexión directa con la memoria individual y colectiva documentada de una sociedad. Esta investigación se centra en Marketing Cultural en el Archivo Eclesiástico: historia y memoria en el tiempo presente que busca conocer y auxiliar la divulgación documental del acervo de la Parroquia de la Santísima Trinidad (PST) de Florianópolis / SC. El foco son los Procesos de Habilitación para el Matrimonio como guardián de la memoria, con énfasis en los procesos del año de 1967 y el acervo del párroco fray Justino, que en 2017 completan bodas de oro. Se realizaron técnicas de observaciones directas del Marketing en Archivo en la conmemoración de los matrimonios realizados en la Iglesia de la Trinidad, actualmente patrimonial de la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC). La investigación es cualitativa exploratoria documental. Para la aplicación del Marketing cultural en Archivos fue necesario conocer las parejas de 1967 de la PST y, emplear el marketing cultural en la divulgación de los Archivos Eclesiásticos y de los acervos personales de las parejas, auxiliando en el proceso de reedificar la historia, preservando la memoria, contribuyendo en la formación cultural de la comunidad eclesial catarinense.*

Palabras Clave: *Archivos Eclesiásticos. Procesos de Habilitación Matrimonial. História. Memoria. Marketing Cultural.*

Originais recebidos em: 24/03/2017

Aceito para publicação em: 27/06/2018

Publicado em: 20/10/2018