



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ARQUIVOLOGIA**

DANIELA MARIA DA SILVA CARNEIRO

**ARQUIVO PESSOAL AFONSO PEREIRA: PROPOSTA DE PLANO DE
MARKETING**

ORIENTADORA: ANA CLÁUDIA CRUZ CÓRDULA

**JOÃO PESSOA - PB
2018**

DANIELA MARIA DA SILVA CARNEIRO

**ARQUIVO PESSOAL AFONSO PEREIRA: PROPOSTA DE PLANO DE
MARKETING**

Artigo apresentado ao curso de graduação em Arquivologia, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel.

Orientadora: **Ms. Ana Cláudia Cruz Córdula**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C289a Carneiro, Daniela Maria da Silva.

Arquivo Pessoal Afonso Pereira: Proposta de Plano de Marketing /
Daniela Maria da Silva Carneiro. – João Pessoa, 2018.
31f.: il.

Orientador(a): Profª Msc. Ana Cláudia Cruz Córdula.
Trabalho de Conclusão de Curso (Arquivologia) – UFPB/CCSA.

1. Marketing. 2. Arquivo Pessoal. 3. Afonso Pereira. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:930.25(043.2)

DANIELA MARIA DA SILVA CARNEIRO

**ARQUIVO PESSOAL AFONSO PEREIRA: PROPOSTA DE PLANO DE
MARKETING**

Artigo apresentado ao curso de graduação em Arquivologia, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel.

Aprovado em: 08 / 11 / 2018

BANCA EXAMINADORA

Ana Cláudia Cruz Córdula

PROF^a DCI/UEPB
Ms. ANA CLÁUDIA CRUZ CÓRDULA
ORIENTADORA

PROF^a DCI/UEPB

Dra. BERNARDINA MARIA JUVENAL FREIRE DE OLIVEIRA
EXAMINADORA

Geysa Flávia Câmara de Lima Nascimento

PROF^a DCI/UEPB
Ms. GEYSA FLÁVIA CÂMARA DE LIMA NASCIMENTO
EXAMINADORA

A minha eterna mãe, **Cleonice de Lourdes Silva** (*in memórian*), carinhosamente conhecida como dona NEGA, falecida em 15.10.2016. Meu conforto é saber que um dia iremos nos reencontrar e viveremos eternamente juntas. Saudades minha mãe, à senhora, dedico!

AGRADECIMENTOS

Iniciarei meus agradecimentos com um trecho da música, Deus e Eu, de Leandro Borges:

[...] Quando eu contei meus sonhos para alguém. Me Disseram são grandes demais pra você [...] Mas com Deus foi bem diferente. Ele disse vá em frente eu contigo estou. Quando eu senti medo de seguir. Ele disse prossiga eu te fiz pra ser um vencedor. Desde então eu nunca mais me limite. Eu guardei no coração as palavras de Deus. Descobri que os planos dele para mim. São muito maiores que os meus [...].

Agradeço a **Deus**, toda honra e toda glória seja dada ao seu nome, o autor da minha vida.

À minha saudosa mãe, **Cleonice de Lourdes Silva (in memórian)**, se estivesse entre nós, estaria em lágrimas, pois era o sonho dela, ver a sua única filha formada, mesmo sendo semi-analfabeta, tinha a sabedoria dos mestres, algo inexplicável, soube com muita maestria me educar, e assim o fez com meus dois filhos.

Agradeço à **Davidson Ítalo da Silva e David Cezar da Silva Carneiro**, meus maiores tesouros, filhos amados, sempre me apoiando e incentivando, cotidianamente me falavam: a senhora é a nossa inspiração, e agora quero que saibam, vocês são a minha força motriz, meu maior e melhor incentivo para vencer.

A minha ex-chefe e amiga, **Dra. Ana Cristina Souza e Silva Ramos** (pediatra e nutróloga) com quem trabalhei por 11 anos, e foi a partir dela, me aconselhando a voltar a estudar, encorajando a realizar o tão sonhado vestibular, que em 2013. 2 ingressei em uma instituição de ensino superior, sem entrar por cotas, a partir da classificação geral, mostrando a mim mesma o meu potencial. Dra. Ana me mostrou a importância do aprendizado em nossas vidas, mudou os horários de atendimentos do seu consultório para que eu pudesse estudar. Ela também me presenteou com um notebook assim que saiu o resultado do vestibular. Minha amiga, a você minha eterna gratidão.

Dirigido á minha orientadora **Ms. Ana Cláudia Cruz Córdula**, pela exemplar orientação, pelo incondicional apoio, incentivo, indispensável ajuda paciência, conselhos, e por nunca ter desistido de mim, que por varias vezes falei que não ia conseguir concluir o meu trabalho e ela firme em suas palavras me encorajando e mostrando que iria conseguir chegar até aqui.

Aos membros da banca, as professoras: **Dra. Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira e Ms. Geysa Flávia Câmara de Lima Nascimento** por terem aceitado participar desse momento tão singular na minha vida e pelas suas contribuições tão valiosas.

Aos professores do Departamento de Ciência da Informação e dos demais departamentos que fizeram parte de nossa formação: **Bernardina Freire, Geysa Flávia Câmara, Edvaldo Carvalho Alves, Carlos Xavier, Ana Claudia Córdula, Isa Freire, Fernanda Mirelle de Almeida, Edna Pinheiro, Adolfo Júlio Porto, Gisele Cortes, Marckson Sousa, Dulce Neves, Ismaelly Batista, Edileuda Diniz, Clezio Amorim, Eduardo Henrique Guimarães,**

Gustavo Freire, Meriane Vieira, Genoveva Batista, Ediane Toscano, Anna Carolyna Bulhões, Guilherme Ataíde, Wagner Junqueira, Eliane Paiva, Maria Amélia Teixeira, Pablo Matias, Luciana Waleska Moura, Emeide Duarte, Lilian Viana, Serioja Mariano, Eutropio Pereira, Joanna Coeli Ribeiro e Alba Ligia de Almeida, seus ensinamentos foram fundamentais na minha trajetória acadêmica.

Aos **funcionários da coordenação de Arquivologia**, em especial, **Alex Souto e Marcio Palmeira** pelo apoio no cotidiano acadêmico e pela excelência do atendimento prestado aos alunos.

Aos **colegas de classe** pelos momentos de amizade e apoio. Em especial **Augustavo Farias, Vivian Leila Lopes, Maria Anunciada Almeida, Juliete Gomes, Cely Alana Modesto, Wagner Batista, Ana Andreia Amorim, Luciana Moura, Luciane Lima, Raimundo Normando Madeiro, Francinaldo Fernandes, Jéssica Lourenço, Janiere Fernandes, Janice Viegas, Francisco Teotônio, Ivanilda Bezerra, Nercy Marinho e Ângela Xavier** pessoas que tive grande afinidade e que ajudou nessa caminhada, amo todos vocês!

Ao **Pretinho**, que mesmo sendo um cachorro o considero meu companheiro de todas as horas.

A **todos** que direta ou indiretamente contribuíram para a concretização da minha formatura, o meu sincero muito obrigado.

APLICAÇÃO DO MARKETING NO ARQUIVO PESSOAL AFONSO PEREIRA

Daniela Maria Da Silva Carneiro

RESUMO

O presente artigo busca refletir sobre a importância do marketing para os arquivos pessoais, em especial o Arquivo Afonso Pereira objeto deste estudo. Nesse sentido elaboramos um plano de marketing para o referido arquivo, a partir da análise de seus pontos fortes e pontos frágeis, norteando a estratégia de marketing para alcançarmos o público alvo e a sociedade em geral. A pesquisa quanto a abordagem é do tipo qualitativa de caráter descritiva, e quanto às fontes de pesquisa se caracteriza como bibliográfica e de campo. Para coleta dos dados realizamos entrevista dirigida, elaborada à partir de questões subjetivas a respeito das rotinas e organização do arquivo, aplicada a dois profissionais que trabalham no referido arquivo, realizamos também a observação direta. Os resultados apontam para a ausência de um plano de marketing do arquivo e fragilidades no que se refere ao reconhecimento social. Nesse sentido, elaboramos um plano com vistas a potencializar o arquivo enquanto fonte de memória e informação sobre o titular e suas relações, entendendo que faz-se necessário ampliar a divulgação nas escolas, universidades, redes sociais, para trazer à tona a trajetória do professor Afonso Pereira, evidenciando especialmente as suas relações do titular com a educação, a arte e a cultura na Paraíba.

Palavras-chave: Marketing. Arquivo Pessoal. Afonso Pereira.

ABSTRACT

MARKETING APPLICATION ON AFONSO PEREIRA'S PERSONAL ARCHIVE

This article reflects on the importance of marketing for personal archives, specially the Afonso Pereira Archive, subject of this study. For that a marketing plan was created for the archive mentioned, from the analysis of its strong and fragile points, guiding the marketing strategies to reach the target audience and the general society. The research's approach is qualitative of descriptive character, and its sources are bibliographic and of field. For the gathering of data a directed interview was made, elaborated from subjective questions about the routines e organization of archive, applied on two professionals that work on said archive, it was also made a direct observation. The results point to the absence of a marketing plan of the archive and fragilities on its social recognition. For that, it was created a plan with the idea of potentialize the archive while a source of memory and information about the holder and its relations, understanding that it is necessary to enlarge the promotion on schools, universities, social network, to bring up professor Afonso Pereira's trajectory, pointing out specially its relations as a holder with education, art and culture in Paraíba.

Key Words: Marketing. Personal Archive. Afonso Pereira.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo propõe uma reflexão sobre a importância do marketing para os arquivos pessoais, compreendendo-o como um instrumento capaz de dar visibilidade e possibilitar a comunicação entre eles e à sociedade. A propositura é que possamos ponderar a partir de estratégias de Marketing um meio de divulgação dos arquivos pessoais, dos acervos que o compõe e de sua importância cultural, educacional, entre outras. Nesse contexto, nos detemos em analisarmos a aplicabilidade do Marketing ao Arquivo Privado Afonso Pereira (APP), localizado no bairro de Jaguaribe, na cidade de João Pessoa (PB). Divulgar este arquivo é uma forma de tornar público o legado do professor Afonso Pereira, a sua contribuição para a educação, para a arte e para a cultura paraibana.

Segundo Kotler (2000), o marketing é a tomada de ações, capaz de gerar reações no público alvo, neste caso buscou-se alcançar a sociedade pessoense, e despertar interesse sobre o Arquivo em questão. O Marketing é uma área do conhecimento orientada para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, neste caso, entendemos como consumidores, os usuários do arquivo, que irão ‘consumir’ as informações que permeiam a sua documentação. Logo, percebemos os Arquivos Pessoais como fontes de informação e memória, capazes de revelar muito mais do que a vida de seus titulares, mas, sobretudo, suas relações sociais e profissionais, seus feitos, seu legado. No caso do Arquivo Afonso Pereira, revela-se especialmente a história da educação na Paraíba, o teatro do estudante, o primeiro jornal privado inaugurado na cidade de João Pessoa (PB), a criação da orquestra sinfônica, entre outras informações capazes de desvendar a relação e importância de Afonso Pereira para a Paraíba. Acessar a documentação do Arquivo Afonso Pereira, é possibilitar remontar contextos importantes para a sociedade no que tange a educação, a cultura e a arte na Paraíba, é divulgar o patrimônio documental que está abrigado em seu acervo, é descortinar fontes de informação e memória, a história do próprio cenário educacional e cultural paraibano.

O despertar para realização desta pesquisa se deu à partir do encantamento com as duas temáticas, arquivo pessoal e marketing, e a possibilidade de agregá-las. Meu primeiro contato com os Arquivos Pessoais foi no ano de 2014, a partir de uma visita técnica ao Arquivo Afonso Pereira, realizada durante a disciplina Representação e Análise da Informação. A visita me proporcionou admiração e vislumbre, percebi o valor contido nos documentos, o grau de relevância, um arsenal de informações vivas através da documentação e pelos cuidados da esposa do professor Afonso Pereira (*in memórian*), dona Clemilde Torres Pereira da Silva.

Transitando pelos cômodos do arquivo, percebi a dedicação da senhora Clemilde Torres Pereira da Silva, o zelo e cuidado lançados àqueles documentos, verdadeiras narrativas de memórias. Foi uma experiência ímpar, e ao despertar sobre a importância do acervo para a sociedade paraibana, refleti sobre a falta do conhecimento de sua existência por parte da sociedade gerando em mim uma inquietude. Tendo em vista essa minha aproximação e percebendo a escassez de trabalhos que fazem a relação dos arquivos pessoais com o marketing, me propus a desenvolver essa reflexão à partir do Arquivo Afonso Pereira, vislumbrando contribuir cientificamente com a área da arquivologia, especialmente na relação entre arquivos pessoais e marketing.

A relação do marketing com os arquivos não é algo convencional, quando procuramos referenciais teóricos, nos deparamos com estudos que abordam o marketing e a unidade de informação, sendo aplicado com maior ênfase nas bibliotecas. Nesse contexto, a presente pesquisa pretende ampliar as discussões nos cenários científico do marketing com a arquivologia.

Dentro dessa inquietude, surgiu como pergunta problema: **Como o marketing pode auxiliar na visibilidade do AAP para a sociedade paraibana?** Para responder esta problemática, traçamos nossos objetivos, tendo como objetivo geral, elaborar um plano de marketing para o arquivo AAP, e como objetivos específicos: analisar os pontos fortes e fragilidades do arquivo Afonso Pereira, bem como, elaborar estratégias de marketing, para alcançarmos o público alvo, a sociedade em geral.

Para conseguirmos os nossos objetivos, traçamos o percurso metodológico, ancorando-nos primeiramente na pesquisa bibliográfica desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente por livros, artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações, teses, entre outros. (GIL, 2010). O escopo é de acessar informações e conhecimentos prévios, acerca da temática a ser explorado, neste caso, marketing, arquivos pessoais, Afonso Pereira. (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007). Martins (2001) corrobora ao afirmar que a pesquisa bibliográfica procura explicar e discutir determinada temática com base em referências teóricas publicadas em livros, revistas, periódicos e outros. Tendo como finalidade colocar o pesquisador em contato direto com produções científicas sobre determinado assunto (MARCONI; LAKATOS, 2007). Esse tipo de pesquisa além de permitir o levantamento das pesquisas referentes ao tema estudado possibilita o aprofundamento teórico que norteia a pesquisa.

Foi realizada também uma pesquisa de campo objetivando conseguir informações acerca de um problema para o qual se procura uma resposta ou ainda descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles (MARCONI; LAKATOS, 2010). Nesse caso específico, realizamos a pesquisa de campo no Arquivo Afonso Pereira, com o objetivo de analisarmos de perto as potencialidades que poderiam ser evidenciadas no plano de marketing, com vistas a divulgar esta unidade de informação para a sociedade.

Quanto aos objetivos, esta pesquisa caracteriza-se como descritiva e qualitativa. É descritiva, pois expõe características de determinada população ou determinado fenômeno. (VERGARA, 2000). Este artigo trata-se de uma pesquisa que busca avaliar e expor a realidade do Arquivo Afonso Pereira quanto a necessidade da implementação do Marketing, com vistas a propor um plano de Marketing para referida unidade de informação. Para coleta dos dados realizamos entrevista dirigida, elaborada à partir de questões subjetivas a respeito das rotinas e organização do arquivo, aplicadas a dois profissionais que trabalham no referido arquivo, realizamos também a observação direta.

2 MARKETING: importância e aplicabilidade no Arquivo

O Marketing emerge desde as antigas civilizações surgindo como estratégia do próprio comércio. Essa concepção é defendida por Ambler (2004), que afirma que o Marketing existe desde o início do comércio, mesmo que não fosse denominado assim, suas práticas já existiam. O foco tanto nesse período como nos dias atuais, se voltam para o suprimento da necessidade do consumidor, na perspectiva deste trabalho, trataremos o consumidor de informação, como usuário.

As estratégias de marketing vêm se modificando ao longo do tempo, adequando-se as novas realidades. Nesse novo cenário, Silva (2014) destaca que ele deixa de voltar-se apenas para o produto e sua venda, tornando-se um marketing que enxerga uma relação com o cliente (usuário), sendo importante não apenas conquista-lo naquele momento, mas, sobretudo, satisfazê-lo e fidelizá-lo. Para Richers (1994) o marketing é uma atividade sistêmica que busca a realização de trocas visando benefícios específicos.

Nesse contexto Amaral (2001) destaca que o Marketing pode ser entendido como um processo gerencial, pautando-se na combinação de técnicas, cuja aplicação visa o perfeito processo de troca, beneficiando todos os lados. O referido autor relata que “as técnicas de marketing podem ser adotadas por todos os tipos de organização, inclusive as que atuam no setor de informação.” (AMARAL, 2001, p.75).

Assim como as bibliotecas, os arquivos pessoais, “[...] têm um caráter formativo, de prestação de serviço e cultura a sociedade, sendo assim, não visam o lucro, porém, assim como qualquer negócio, precisam atrair seus usuários”. (ROCHA; SILVA; MAIA, 2012). Nesse contexto, podemos fazer o uso do marketing, com o objetivo de divulgar a instituição, seu acervo, a documentação que o compões e a sua relevância social. Destarte, percebemos a relevância para as organizações que não visam o lucro, adotarem as técnicas de marketing para manterem-se com o seu propósito na sociedade. As estratégias de marketing poderão servir como parâmetro inclusive para que os responsáveis pelo arquivo, no caso dos arquivos pessoais, procurem melhorar as suas atividades, identificando fragilidades e potencialidades, nesse contexto, buscando sanar o que lhes é frágil e tornar evidente o que lhes é potente, sempre na busca de satisfazer a necessidades de seus usuários, e conseqüentemente a sua missão, bem como o reconhecimento da instituição na sociedade.

Kotler (2008, p. 31) compreende que “o marketing significa trabalhar com mercados para realizar trocas potenciais com o propósito de satisfazer as necessidades e desejos humanos”. Nesse contexto, percebemos que o conceito de marketing vem se adaptando e evoluindo na sociedade atual, voltando-se para a satisfação dos clientes para conquistar a sua fidelização, neste caso para alcançar os usuários dos arquivos. O foco deve voltar-se para a percepção de suas necessidades informacionais, aspecto essencial para obter êxito.

Corroborando com a aplicabilidade do Marketing nas unidades de informação Cé e Pedrazzi (2011), entendem que essa associação pode ser compreendida como uma ferramenta importante para promover, divulgar o arquivo e seu acervo, possibilitando o seu encontro com o usuário, trazendo a tona a sua importância, utilidade e possibilidade de acesso.

Sobre essa relação do Marketing com as unidades de informação Amaral (2007) considera a existência do Marketing da Informação e define-o como a:

Aplicação da filosofia de marketing para alcançar a satisfação dos públicos da organização, facilitando a realização de trocas entre a organização e o seu mercado, que se concretiza por meio da análise, do planejamento e da implementação de atividades para criar produtos/serviços informacionais, distribuí-los, definir os seus preços e as formas de sua divulgação no negócio da informação, seja no âmbito da informação tecnológica, científica, organizacional, comunitária, utilitária ou da informação para negócios. (AMARAL, 2007, p. 13).

No contexto do arquivo enquanto unidade de informação, o marketing pode ser aplicado com vistas a: tornar a unidade de informação e seus produtos e serviços conhecidos pelos usuários potenciais; potencializar o ambiente da unidade de informação e seus produtos

e serviços, tornando-os mais atraentes para os usuários potenciais; evidenciar os benefícios dos produtos e serviços oferecidos pelo arquivo aos usuários; manter o vínculo com os usuários reais, constantemente, bem informados sobre a atuação da unidade de informação, seus produtos e serviços. (AMARAL, 2001).

Nessa conjuntura: “[...] o marketing é visto como um processo administrativo, pois envolve análise, planejamento, implementação e controle de programas cuidadosamente formulados.” (ROCHA; SILVA; MAIA, 2012, p.351). As autoras destacam ainda o fato do marketing não está vinculado apenas à venda de um produto ou serviço, mas, sobretudo ele envolve a preocupação em satisfazer as necessidades do cliente, neste caso dos seus usuários.

Destarte, é importante que os gestores conheçam o perfil de seus usuários, pois poderão fazer o uso do marketing para o planejamento e antecipação de ações, com vistas a alcançar os seus objetivos. O profissional da informação deve conhecer também os produtos e serviços e a partir deles, analisar se atendem as demandas de seus usuários, para direcioná-los caso julguem necessário. Silva e Pontes (2017) destacam que especialmente quando associamos a tecnologia ao Marketing e aplicamos nas unidades de informação, viabilizamos um maior dinamismo na interação com os usuários, garantindo mais facilmente a sua satisfação.

Diante da sociedade atual marcada pelo uso excessivo de novas tecnologias de informação e comunicação, as atividades de marketing tentem a se adequar a esta realidade. Os avanços tecnológicos aproximam a instituição do usuário e vice-versa, quebrando inclusive as barreiras geográficas, além de possibilitar uma comunicação quase que instantânea. O marketing é uma estratégia importante para alcançar o reconhecimento da instituição por parte do usuário, sendo importante que haja qualidade e excelência na prestação de serviços, levando conseqüentemente a satisfação do usuário da informação.

Quanto ao papel do arquivista em suas práticas, entendemos que no seu percurso profissional o foco esta voltado para viabilizar o acesso e uso da informação por parte do usuário, com vistas a sanar a sua necessidade. Nesse contexto, podemos entender que a utilização do Marketing da Informação possibilita alcançarmos de maneira dinâmica esse processo. Sob essa perspectiva Silva e Pontes (2017), destacam o fato de que o arquivista deve voltar a sua atenção para as necessidades informacionais dos usuários, sendo importante que o profissional seja criativo e proativo, e busque agregar técnicas mais aprimoradas para a realização de trocas, podendo inclusive fazer o uso do marketing para esse alcance.

Investir na imagem do arquivo através das mídias sociais, elaborando um *instagram* e um *face book*, possibilita divulgar mais rapidamente o arquivo, bem como, podendo-se também buscar estratégias para alcançar públicos alvos, a exemplo de estudante e professores

das universidades e das escolas das redes públicas e privadas, podendo haver divulgação através de palestras, entre outras estratégias que devem ser pensadas no intuito de disseminar as informações que permeiam os arquivos pessoais, que tem seu potencial memorialístico, histórico e cultural.

3 ARQUIVO PESSOAL: FONTE DE INFORMAÇÃO

O arquivo pessoal é a composição de documentos pessoais de cunho privado e público do titular, esses documentos representam a sua própria história, sendo capazes de viabilizar o acesso à memória de si que está integrada a esses documentos. (PONTES, 2015).

No contexto de sua definição, o arquivo pessoal confunde-se com o arquivo privado, nesse percurso rememoremos a Lei 8.159, de 1991, lei dos arquivos que dedica um de seus capítulos aos arquivos privados. Essa lei procurou definir e regulamentar a política brasileira de arquivos, reconhecendo, então, dois tipos de arquivos: os públicos e os privados:

Art. 7º Os arquivos públicos são os conjuntos de documentos produzidos e recebidos, no exercício de suas atividades, por órgãos públicos de âmbito federal, estadual, do Distrito Federal e municipal em decorrência de suas funções administrativas, legislativas e judiciárias.

§ 1º São também públicos os conjuntos de documentos produzidos e recebidos por instituições de caráter público, por entidades privadas encarregadas da gestão de serviços públicos no exercício de suas atividades. [...]

Art. 11º Consideram-se arquivos privados os conjuntos de documentos produzidos ou recebidos por pessoas físicas ou jurídicas, em decorrência de suas atividades. (BRASIL, 1991).

Além da lei 8.159, temos o Decreto 2.942, de 1999 que traz em seu “Art. 5º - Os arquivos privados de pessoas físicas ou jurídicas que contenham documentos relevantes para a história, a cultura e o desenvolvimento nacional, podem ser declarados de interesse público e social.” (BRASIL, 1999). Bem como a Resolução nº 12, de 7 de dezembro de 1999 do CONARQ (Conselho Nacional de Arquivos), que reafirma os procedimentos relativos à declaração de interesse público e social de arquivos privados de pessoas físicas ou jurídicas. Nesse contexto destacamos também o Decreto nº 4.073¹, de 3 de janeiro de 2002.

As informações contidas nesses acervos interessam como fonte de pesquisa e são dotadas de singularidade, uma vez que são produzidas por homens e mulheres, ao longo da

¹ O decreto Nº 4.073, de 3 de janeiro de 2002, regulamenta a Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991, que dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados. (BRASIL, 2002).

vida, sem a finalidade de serem históricas e culturais, embora possam adquirir valores que lhes são inatos por testemunharem a memória de quem os acumulou ou produziu. Sendo assim, tanto os acervos pessoais quanto os arquivos institucionais devem receber tratamento arquivístico, para, após a sua organização, garantir e possibilitar o acesso à documentação. (SILVA; SILVA, 2013)

Ainda na compreensão do contexto conceitual e dimensional dos arquivos pessoais, Bellotto (2007, p.207) destaca:

A conceituação de arquivos pessoais está embutida na própria definição geral de arquivos privados, quando se afirma trata-se de papéis produzidos recebidos por entidades ou pessoas físicas de direito privado [...]. São papéis ligados à vida familiar, civil, profissional e à produção política e/ou intelectual, científica, artística, de estadistas, políticos, artistas, literários, cineastas, etc. Enfim, os papéis de qualquer cidadão que apresentem interesse para a pesquisa histórica, trazendo dados sobre a vida cotidiana social, religiosa, econômica, cultural do tempo em que viveu ou sobre sua própria personalidade e comportamento.

Arquivo pessoal “é o conjunto de papéis e material audiovisual ou iconográfico resultante da vida e da obra/ atividades de estadistas, políticos, administradores, líderes de categorias, profissionais, cientistas escritores etc.” Bellotto (2007, p. 266), logo compreendemos a importância do desenvolvimento de pesquisas em torno desse tipo de arquivo, entendendo que os documentos que os permeiam são fontes de informação que refletem a memória do titular do acervo e de suas relações profissionais, pessoais, familiares, entre outras.

Corroborando Borges e Maciel (2012, p. 117) compreendem a importância da utilização dos arquivos pessoais ao afirmarem:

O interesse pelos arquivos pessoais como fontes de pesquisa para a escrita da história e preservação da memória decorre do fato de a “escrita de si” ali preservada em suportes variados (cartas, diários, textos autobiográficos, dentro outros) revelar muito sobre o contexto histórico social das personalidades e não apenas do indivíduo em si.

É importante entendermos que os arquivos pessoais nos reportam às relações, documentam fatos, momentos, ações, logo pensar no arquivo de Afonso Pereira, um grande educador, é pensar também na educação, acessar o seu acervo, é transitar por um caminho de informações sobre ele, mas, sobretudo, informações sobre a educação na Paraíba, a educação

no Brasil, entre outras relações que veremos nos tópicos a seguir, quando abordaremos aspectos sobre ele e sobre o seu arquivo pessoal.

Quanto à valorização desse tipo de arquivo Assis (2009) afirma:

Nas últimas décadas, os arquivos pessoais passaram a ser mais valorizados e procurados. Essa valorização ocorreu em um contexto de renovação da prática historiográfica: desenvolvimento da nova história cultural, redefinição e alargamento do conceito de documento/monumento, mudanças na escala de observação (a micro-história) e na temática (vida privada, história do cotidiano, gênero, marginais, representações, cultura material etc.) e, por fim, “redescoberta” do indivíduo. (ASSIS, 2009, p.42).

Os arquivos pessoais assumem um importante lugar enquanto fonte primária de informação, crescendo o seu acesso e uso pelos pesquisadores aqui no Brasil, nesse contexto emerge uma preocupação com a conservação dos documentos, para viabilizar as pesquisa em documentos produzidos por pessoas e entidades privadas como forma de se ampliar os campos de estudos e as possibilidades de interpretação. (ASSIS, 2009).

Destrate, entendemos que os arquivos pessoais colaboram para representar o conjunto de registros de uma sociedade, seja nos eixos administrativo, religioso, cultural, etc. Sobre este aspecto Baumann (2011, p. 24) afirma:

Os arquivos pessoais e de família, representam uma fonte de pesquisa única capaz de interagir com estruturas comunicacionais de um indivíduo e sua relação com o mundo. Os avanços de estudos teóricos e metodológicos da arquivologia sobre os arquivos pessoais transformaram esses conjuntos documentais em preciosos repositórios informacionais para pesquisadores que, a cada dia, se debruçam sobre o estudo de documentos de personalidades do mundo da cultura, da filosofia e das artes.

“A arte de guardar que compõe a essência da existência dos acervos torna-se necessária no intuito de não apenas preservar memórias, mas também de servir de fonte/documentos à produção historiográfica”. (CUNHA, 2016, p.195). Nesse contexto conheceremos o professor Afonso Pereira a partir de seu acervo, revelando o seu legado e sua contribuição para a educação, a cultura e a arte na Paraíba. Conforme pensa Artières (1998) conheceremos Afonso Pereira pelo arquivamento de sua própria vida, uma forma de enxergá-lo em frente ao espelho.

3.1 AFONSO PEREIRA: da educação, arte e cultura.

Afonso Pereira da Silva (**Imagem 1**) nasceu no dia 30 de outubro de 1917, no município de Bonito de Santa Fé no estado da Paraíba. Foi casado com Clemilde Torres Pereira da Silva e tiveram duas filhas, Maria das Graças Pereira da Silva e Ana Flávia Pereira Medeiros da Fonseca. Afonso Pereira exerceu no percurso de sua vida importantes papéis, lutando sempre pela educação, pela arte e pela cultura. Assumiu cargos públicos e privados, federais e estaduais. Foi um dos fundadores do curso de Direito da Universidade Federal da Paraíba, quando era professor universitário, além de ter fundado diversas escolas de nível fundamental, médio e superior também no estado da Paraíba.

Imagem 1: Afonso Pereira



Fonte: Arquivo Pessoal

Afonso Pereira da Silva sempre atuou, desde muito jovem, em vários campos da atividade humana, afirmando-se, sobretudo, como professor, administrador, jornalista, parlamentar, magistrado. (SILVA, 2007).

Teve sua vida dedicada à Educação, sendo um dos seis educadores (Marcos Augusto Trindade, José Trigueiro do Vale, Afonso Pereira da Silva, Flávio Colaço Chaves, José Loureiro Lopes e Manuel Batista de Medeiros) que fundaram o IPÊ/UNIPÊ no dia 21 de junho de 1971, uma das mais renomadas Instituições de Ensino Superior da Paraíba e do Norte/Nordeste e um dos primeiros Centros Universitários do Brasil, que recentemente foi vendido para empresa Cruzeiro do Sul. Afonso Pereira exerceu também um papel importante

na federalização da Universidade Federal da Paraíba, foi Chefe de Gabinete da universidade entre os anos de 1966 e 1968.

Em seu traçado profissional Afonso Pereira foi criador e presidente da Fundação Padre Ibiapina²; Oficial do Exército Brasileiro; Presidente da Academia Paraibana de Letras (APL) (**Imagem 2**); Membro da Associação Paraibana de Imprensa (API); Membro do Instituto Histórico e Geográfico Paraibano; Membro da Academia de Letras Jurídicas; Membro da Academia Internacional de Letras; Sócio honorário da Associação Norte-riograndense de Astronomia; Provedor da Santa Casa de Misericórdia; Deputado Estadual; Jornalista, diretor-fundador do Jornal Correio da Paraíba e membro do Conselho de Notáveis deste jornal; Juiz substituto do Tribunal Regional Eleitoral (TRE); Diretor substituto da Faculdade de Direito da UFPB; Presidente e introdutor, na Paraíba, da Campanha Nacional de Escolas da Comunidade (CNEC); Diretor da Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Autônoma de João Pessoa; Professor de Alemão, Francês, Latim, Grego, Português, Geografia, Ciências Naturais, Direito Autorais, Direito Romano e Pesquisa Social; Professor do Colégio Lyceu Paraibano; Diretor do Instituto de Educação da Paraíba; Fundador e presidente da Sociedade de Cultura Musical; Fundador do Teatro do Estudante da Paraíba; Fundador da Orquestra Sinfônica da Paraíba; Fundador do Conservatório Paraibano de Música e Fundador e primeiro presidente da Associação de Cultura Franco-Brasileira (Aliança Francesa).

Imagem 2: Afonso Pereira posse na Academia Paraibana de Letras



FONTE: SILVA (2017)

² O professor Afonso Pereira criou, na Paraíba, a Fundação “Padre Ibiapina”, homenageando o grande sacerdote que foi um dos apóstolos da Educação no Nordeste, sendo este, aliás, o título de um livro clássico do historiador Celso Mariz sobre ele. (SILVA, 2007)

Em 17 de outubro de 2011, o Senado Federal, então presidido pelo senador José Sarney, homenageou o professor Afonso Pereira com o título de “Maior Professor do Brasil”. Reconhecidamente, pois Afonso Pereira ajudou a instituir 275 unidades de educação na Paraíba.

Foi um homem que fez história, sem se preocupar com o seu caminhar, com ele próprio, Afonso Pereira olhava para o outro, se preocupava com a educação, em criar espaços multiplicadores de oportunidades ao próximo, foi defensor da arte, como percebemos na sua relação com o teatro do estudante, foi lutador pela cultura, com a fundação da Orquestra Sinfônica da Paraíba e do Conservatório Paraibano de Música. Deixou-nos fisicamente no ano de 2008, mas ele permanece entre nós a partir de seu legado, materializado em documentos que compõe o seu arquivo, criado, mantido e alimentado pela sua esposa Clemilde Torres Pereira da Silva. O professor Afonso Pereira, faleceu em 08 de junho de 2008, mas o Arquivo enquanto unidade de informação vinculada à memória, cultura e educação, cumpre o seu papel de estudar, divulgar e preservar a memória de suas ações.

3.2 ARQUIVOS AFONSO PEREIRA: um legado, um espelho de memória.

O Arquivo Afonso Pereira (**Imagem 3**), foi criado no dia 03 de janeiro de 1998, nascendo de uma iniciativa da senhora Clemilde Torres Pereira (**Imagem 4**), como homenagem à passagem dos 80 anos do patrono e esposo, o Professor Afonso Pereira da Silva. O arquivo é uma entidade privada, possuidora de um acervo que revela aspectos sobre a história da Educação e Cultura da Paraíba, bem como o nascimento de várias instituições de Arte e Ciências no mesmo estado da Paraíba, portanto, jamais deverá tornar-se um depósito de papéis amorfos e embolorados, mas construir-se em um acervo vivo e atuante, permanente de pesquisas, com vistas a possibilitar aos pesquisadores, estudantes, e interessados verem o mundo pela pesquisa, como afirmava Afonso Pereira: “Jovens, sejam revolucionários! Estudem, lutem pelos seus ideais e pelo Brasil! Vocês têm que remover a terra, para sacudir o País e poder transformar o mundo!”.

Imagem 3: Arquivo Afonso Pereira



Fonte: SILVA (2017)

Imagem 4: Afonso Pereira e Clemilde Torres Pereira



Fonte: SILVA (2017)

A figura de seu patrono projeta-se como ser agente de amplos movimentos educativos, científicos e culturais, envolvendo uma gama de contextos sociais, cujas marcas estão retratadas em documentos, informações e fotografias, todo esse universo informacional como reflexo de sinais de uma época.

O arquivo é organizado em salas, podendo ser encontradas informações sobre as atividades realizadas pelo Professor Afonso Pereira e as instituições que se confundem com sua história. No gabinete, é possível encontrar livros de Direito Romano, Direito Autoral e outras raríssimas obras, além de títulos de literaturas francesa, latina e grega. A sala B é composta de fotografias particulares do patrono e sua família, além de fotos com autoridades como Juscelino Kubitschek. Há também diplomas, medalhas e documentos. A sala C dispõe de informações de entidades como: Fundação Padre Ibiapina, Faculdade de Direito de Sousa, Cultura Francesa, entre outras. Na sala D encontram-se informações sobre a Universidade Federal da Paraíba (UFPB), a Academia Paraibana de Letras (APLPB), o Observatório Astronômico da Paraíba, a Associação Interamericana do Direito Romano, além de Congressos realizados pelo titular do acervo. Na sala E, existem documentos históricos sobre o Teatro do Estudante; a Orquestra Sinfônica; o Centro Universitário de João Pessoa (UNIPÊ); o Jornal Correio da Paraíba, entre outras.

Sua estrutura funcional vincula-se à criação de uma diretoria administrativa distribuída da seguinte forma: Diretora-Presidente: Clemilde Torres Pereira da Silva; Diretora Geral e de Planejamento: Ana Flávia Pereira Medeiros da Fonseca; Coordenadora de

Pesquisa: Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira; Secretária: Maria Aparecida de Almeida Ferreira; Núcleo de Informática: Gabriel Gonzaga de Almeida e Serviços Gerais: José Nilton de Almeida.

O Arquivo está localizado na Praça João XXIII, na Rua Maximiano Chaves, 78 - Jardim Glória – Jaguaribe, João Pessoa - Paraíba – Brasil, na casa em que Afonso Pereira viveu uma parte de sua vida e criou suas duas filhas, portanto, a própria sede entrelaça-se à trajetória de vida de seu titular.

“A vida do Professor Afonso Pereira foi marcada por realizações no âmbito educativo, no cultural e no científico, as quais geraram um acervo documental de grande apreço, não só para o seu homenageado, como também para as áreas em que ele esteve envolvido.” (FREIRE; SOUZA, 2005, p.3).

O Arquivo Privado Pessoal Afonso Pereira constitui-se como um centro vivo e permanente de pesquisas, com vistas a possibilitar aos pesquisadores, estudantes e interessados verem o mundo através da memória. Esta unidade de Informação tem como missão contribuir para a construção da memória histórica e sociológica, bem como compreender o desenvolvimento político-social, científico- tecnológico educacional e cultural da sociedade paraibana, tendo como referencial as ações desenvolvidas pelo professor Afonso Pereira acerca de sua compreensão e interpretação da realidade sob a perspectiva da superação das desigualdades sociais através da cultura e da educação.

Os objetivos do AAP são: manter reunido, preservado e à disposição do público o acervo pessoal e intelectual do professor Afonso Pereira da Silva; estimular a continuidade dos seus estudos e de suas ideias, voltados para a compreensão e interpretação da realidade social paraibana; possibilitar estudos nos campos de atuação do Professor Afonso Pereira e intercâmbio com as universidades e instituições científicas e culturais brasileiras e estrangeiras; promover amplo conhecimento das ações do professor Afonso Pereira nas múltiplas áreas de sua atuação e estabelecer um intercâmbio artístico, educacional, cultural e científico com instituições correlatas em outras regiões do Brasil e fora deste.

Nesse contexto entendendo a importância deste arquivo enquanto fonte de informação e memória para a sociedade paraibana ponderamos analisar como o marketing pode proporcionar maior visibilidade a este arquivo por parte da sociedade pessoense, e nesse sentido elaboramos um plano de Marketing conforme veremos a seguir.

4 APLICANDO O MARKETING NO ARQUIVO PESSOAL: revelando a potencialidade informacional do acervo

Face ao objetivo desse trabalho, no mês de abril/2018 foi realizada uma visita ao Arquivo Afonso Pereira com o propósito de levantarmos os pontos fortes e os pontos frágeis do referido Arquivo, tomando como pressuposto o ambiente interno, o próprio arquivo e o ambiente externo, a sociedade pessoense. Na ocasião conversamos com a secretária do arquivo, Maria Aparecida de Almeida Ferreira e com o funcionário Gabriel Gonzaga de Almeida, a partir de alguns questionamentos, entre eles a existência de arquivista no Arquivo, a forma de conservação e preservação do acervo, bem como solicitamos os livros de registros para entendermos os usos e usuários do arquivo. Buscamos analisar o ambiente, as oportunidades e ameaças, bem como o público alvo.

Após a realização desse levantamento elaboramos um Plano de Marketing com o objetivo de contribuir com metas a potencializar os pontos fortes e sanar os pontos frágeis, tendo como consequência a busca pela ampliação da visibilidade do arquivo enquanto aparato cultural, educacional para a sociedade, bem como a ampliação das pesquisas em seu acervo.

4.1 O PLANO DE MARKETING DO ARQUIVO AFONSO PEREIRA

O objetivo maior deste Plano de Marketing é contribuir com a melhoria do ponto de vista organizacional e físico, bem como com a ampliação da divulgação do seu teor informacional perante a sociedade. Nesse viés observaram-se alguns pontos importantes do Arquivo, tais como: seu mandato, sua missão, seus objetivos, análise do ambiente externo, análise do ambiente interno, suas questões estratégicas, presença ou não de obstáculos, vislumbrando à partir desse cenário agregar nossa contribuição no tocante às propostas estratégicas de marketing.

Seguem os pontos levantados:

4.1.1 Análise do Ambiente

- **FATORES ECONÔMICOS:** O Arquivo está localizado em um ambiente acessível para quem anda a pé, carro e de ônibus. A entrada no Arquivo é gratuita e de preferência deve ser agendada quando visitação ocorre em grupos de pessoas.

- **FATORES SÓCIO-CULTURAIS:** O Arquivo é visitado geralmente por usuários da área de ciências da informação, arquivologia, biblioteconomia, educação, entre outros. Ocorrendo também, mas raramente, visitas de professores e alunos das instituições dos municípios próximos.
- **FATORES TECNOLÓGICOS:** As condições legais, políticas e tecnológicas têm pouco impacto sobre o Arquivo.
- **CONCORRÊNCIA:** Não existe concorrência para o AAP. O Arquivo é um ambiente para enriquecer o conhecimento, não estando em disputa para alcançar seu usuário.
- **FATORES INTERNOS:** O AAP possui infraestrutura adequada, pessoal qualificado com nível médio e superior, pessoal de limpeza, local para reunião e ambiente organizado.

4.1.2 Análise de Oportunidades e ameaças, forças e fragilidades.

Para compreendermos melhor a análise dos pontos fortes e das fragilidades presentes no Arquivo Afonso Pereira, elaboramos dois quadro (**Quadro 1 e Quadro 2**), pautando-se nos pontos fortes enquanto oportunidades, e nas fragilidades como ameaças. Para visualizarmos essa dicotomia, optamos por dividir os fatores em externos e internos.

Quanto aos externos tomamos como pressuposto a relação do arquivo com a sociedade e em uma via de mão dupla, da sociedade para com o arquivo. Já os internos, esses foram analisados sob a perspectiva da realidade de funcionamento do arquivo, suas práticas, atividades, estruturas, acervo, colaboradores, entre outros fatores, como veremos nos quadros a seguir.

QUADRO 1: Oportunidades e Ameaças dos Fatores Externos

| FATORES EXTERNOS | |
|--|--|
| OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Conscientização da população sobre relevância de Afonso Pereira para educação da sociedade no geral; | <ul style="list-style-type: none"> • Descaso da sociedade com acervos que retratam a história e a cultura de seu estado; |
| <ul style="list-style-type: none"> • Conscientização da sociedade a respeito da riqueza do acervo de Afonso Pereira em termos políticos, sociais, educacionais e culturais; | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de interesse do governo em firmar parcerias no intuito de promover a divulgação e ampliar o acesso ao Arquivo. |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ampliação do número de usuários que possam conhecer e desfrutar do universo informacional que permeia o acervo do Arquivo Afonso Pereira; | <ul style="list-style-type: none"> • Desinteresse da sociedade por informações que ampliem seu nível intelectual; |
| <ul style="list-style-type: none"> • Despertar da sociedade para a importância de se estar bem informado sobre fatos e pessoas relevantes que contribuíram para o crescimento da Paraíba. | <ul style="list-style-type: none"> • Alto custo de materiais que propiciam a manutenção e conservação do acervo; |

Fonte: Dados da Pesquisa

QUADRO 2: Oportunidades e Ameaças dos Fatores Internos

| FATORES INTERNOS | |
|---|--|
| FORÇAS | FRAGILIDADES |
| <ul style="list-style-type: none"> • Possui especialista em conservação de acervos; | <ul style="list-style-type: none"> • Não possui Arquivista responsável pelo acervo; |
| <ul style="list-style-type: none"> • Disponibiliza pessoas para atenderem aos usuários e disseminarem as informações; | <ul style="list-style-type: none"> • Rede elétrica necessita ser revista; |
| <ul style="list-style-type: none"> • Possui política de acesso; | <ul style="list-style-type: none"> • Não possui rotas de fugas em casos de sinistros ou catástrofes; |
| <ul style="list-style-type: none"> • Acervo muito bem conservado; | <ul style="list-style-type: none"> • O prédio não foi projetado para ser um arquivo; |
| <ul style="list-style-type: none"> • Presta um excelente atendimento tanto por telefone quanto pessoalmente; | <ul style="list-style-type: none"> • O arquivo não possui sistema de segurança monitorado por câmeras; |
| <ul style="list-style-type: none"> • Higienização do ambiente impecável; | <ul style="list-style-type: none"> • Possui poucos funcionários em relação às dimensões tanto da estrutura física quanto de seu acervo; |
| <ul style="list-style-type: none"> • Presta atendimento a pesquisadores e estudiosos, assim como apoia pesquisas e elaboração de trabalhos originais sobre as áreas de atuação do professor Afonso Pereira, em particular, sobre os aspectos relacionados à cultura e à educação paraibanas; | <ul style="list-style-type: none"> • Pouco divulgado. |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dispõe de um auditório para realizações de palestras e eventos; | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Excelente iluminação para o acervo | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Possui um núcleo de estudos e pesquisas responsável pela coleta e pelo tratamento da produção documental de seu patrono: periódicos, fotografias, vídeos e material em suporte informativo; | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Dispõe de sala com recursos de áudio e vídeo; | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Possui lâmpadas halógenas específicas para museus, arquivos e galerias de artes; | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Possui extintores de incêndio do tipo CO² e H²O; | |

Fonte: Dados da Pesquisa

4.1.3 Público Alvo

Buscamos também compreender o público Alvo, que se trata dos usuários do arquivo, para visualizarmos esse cenário, buscando especialmente compreender o usuário potencial, elaboramos o quadro 3, tomando como pressuposto alguns fatores, entre eles: o geográfico, demográfico, psicográfico e comportamental.

QUADRO 3: Mapeamento do Público Alvo

| | |
|------------------------|---|
| Geográficos | Estudantes, pesquisadores, professores, historiadores e adultos em geral de qualquer local do Brasil. |
| Demográficos | Cidadãos a partir de 12 anos e de qualquer classe social. |
| Psicográficos | Pessoas interessadas em História da Educação e Cultura da Paraíba, bem como no nascimento de instituições de Arte e Ciências nascidas no Estado da Paraíba. |
| Comportamentais | Pessoas que buscam informações sobre o nosso Estado, para enriquecer conhecimentos a fim de auxiliar na formação pessoal ou acadêmica. |

Fonte: Dados da Pesquisa

4.2 ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA O ARQUIVO AFONSO PEREIRA

Com vistas no levantamento realizado traçamos algumas questões estratégicas para nortear as ações propostas. São elas:

QUADRO 4: Questões norteadoras para elaboração de estratégia de Marketing

| |
|---|
| ▶ Como conscientizar a população sobre a relevância do Arquivo Afonso Pereira para a sociedade? |
| ▶ Como ampliar o número de usuários? |
| ▶ Como ampliar a quantidade de colaboradores sem aumentar de forma considerável as despesas? |

Fonte: Dados da Pesquisa

A partir desses questionamentos elencamos como estratégias de Marketing:

- ▶ A contratação de um profissional Arquivista;

- ▶ Intensificar a divulgação da relevância de Afonso Pereira e de seus feitos para sociedade através das redes sociais;

- ▶ Divulgar a riqueza informacional existente no Arquivo Afonso Pereira visitando escolas públicas e privadas e buscando desde cedo conscientizar a população jovem de que um Paraibano fez história defendendo a educação e que existe um acervo pronto para ser visitado e consultado;

- ▶ Fortalecer parcerias com Universidades públicas e privadas de modo a propiciar o trabalho de estagiários que contribuiriam com o arquivo, sem aumentar consideravelmente os gastos com folha de pagamentos.

Os objetivos e metas para esse plano estão pautados na ampliação da visibilidade social no que diz respeito ao potencial informacional do Arquivo, na estimulação dos usuários potenciais para que estes possam de fato tornar-se usuários reais do Arquivo. Buscamos como meios de divulgação do arquivo propor a distribuição de brindes aos usuários com a logomarca do Arquivo, primando pela qualidade do serviço de informação, focando-se sempre em sanar a necessidade informacional de seus usuários. Nesse contexto, propomos a realização de algumas atividades, entre elas:

Atividades Propostas:

- 1) Construção de material educativo através de folders, objetivando a divulgação da existência do Arquivo bem como das Informações que o permeiam;

- 2) Confeção de Banners, explanando o acervo do Arquivo;

- 3) Confeção de canetas, marcadores de livros , caneca com a logomarca do arquivo para presentear os usuários, visando assim, através da distribuição de brindes, divulgar o arquivo; (**imagem 5**), chaveiros (**imagem 6**)

Imagem 5:Caneca Arquivo Afonso Pereira



Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

Imagem 6:Chaveiro



Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

- 4) Movimentação diária nos perfis das redes sociais, em especial, no *facebooke* e no *instagram*;
- 5) Elaboração de vídeo publicitário para ser lançado na internet, nos perfis criados nas redes sociais e também divulgado nas escolas, faculdades e universidades, explanando toda a história e o potencial desta unidade de informação;
- 6) Realização de Palestras em escolas e universidades de cunho público e privado, objetivando divulgar a figura do Professor Afonso Pereira e do rico legado informacional que compõe o acervo de seu Arquivo.
- 7) Contratação de profissional arquivista.
- 8) Realização de capacitações dos profissionais, onde são abordados os diferentes públicos e seus interesses informacionais;
- 9) Aplicação de questionário de avaliação aos clientes em relação aos funcionários do arquivo de forma a bonifica-los anualmente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho nos possibilitou conhecer o Arquivo Afonso Pereira e suas especificidades evidenciando sua importância para a história da Paraíba, não só como professor universitário, mas também nas áreas de música, artes e política. Através do presente trabalho é possível estabelecer as relações do professor Afonso Pereira com as instituições e sua grandiosa contribuição para com a educação, bem como suas relações sociais.

O Arquivo Afonso Pereira comporta um acervo que versa sobre vários aspectos da vida de seu titular, seus feitos, a exemplo do Centro Universitário de João Pessoa, o Teatro do Estudante, a Orquestra Sinfônica, a Universidade Federal da Paraíba, na qual criou o brasão, bem contribuiu para a criação do Curso de Biblioteconomia, além de trabalhar para educação com a criação de inúmeras escolas de ensino fundamental, médio e superior contribuindo assim com a vida de muitos paraibanos, trabalho que lhe rendeu o título de “Maior Professor do Brasil”.

Tendo em vista todo legado deixado pelo Professor Afonso Pereira, tão bem guardado, preservado, organizado e disponibilizado por sua esposa Clemilde Torres Pereira, propomos um plano de marketing visando contribuir para sua divulgação, levando ao público o conhecimento de todos os setores por ele abrangidos, uma vez que, muitos desconhecem o potencial informacional do arquivo. Desta feita, acreditamos corroborar com a sociedade apresentando um arquivo que integra o patrimônio histórico e cultural não só da Paraíba, mas do Brasil.

REFERÊNCIA

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. 2001.

AMARAL, S.A. (Org.). **Marketing na ciência da informação**. Brasília: UNB, 2007.

AMBLER, T. The new dominant logic of Marketing: views of the elephant. London: Centre for Marketing of London Business School, 2004. **WorkingPaper**, n. 04-903. Disponível em: <facultyresearch.london.edu/docs/04-903.pdf>. Acesso em: 15 set. 2018.

ARTIÈRES, P. (1998). Arquivar a própria vida. **Estudos Históricos**, 11 (21), p. 9-34. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2061/1200>> Acesso em: 20 jun. 2018.

ASSIS, A. A. de. **Um lampião dentro da mala: o arquivo pessoal de Octávio Leal Pacheco - memória e autobiografia.** Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-graduação em Letras) - Universidade Federal de São João del-Rei, 2009.

BAUMANN, Eneida Santana. **O arquivo da família Calmon à luz da arquivologia contemporânea.** Salvador - BA, 2011. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia. Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. 161f.

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. **Arquivos permanentes: tratamento documental.** 5. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

BORGES, R. S.; MACIEL, L. R. Metodologia de organização de arquivos pessoais: O fundo Virgínia Maria Niemeyer Portocarrero, enfermeira da FEB. In: SANTOS, P. R. E.; SILVA, M. C .S. M. (Org.). **Arquivos pessoais: história, preservação e memória da ciência.** Rio de Janeiro: Associação dos Arquivos Brasileiros, p.113-136, 2012.

BRASIL. ARQUIVO NACIONAL. Dicionário Brasileiro de Terminologia Arquivística. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2005. Disponível em: <<http://www.arquivonacional.gov.br/Media/Dicion%20Term%20Arquiv.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

_____. Decreto nº 4.073, 3 de janeiro de 2002. Regulamenta a Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991, que dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4073.htm>. Acesso em: 12 jan. 2018.

_____. Lei nº 8.159, 8 de janeiro de 1991. Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8159.htm >. Acesso em: 12 jan. 2018.

CÈ, Graziella; PEDRAZZI, Fernanda. Estudo de usuários como recurso para a difusão de um arquivo: o caso de uma Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 25, n.2, p.75-89, jul./dez. 2011.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CUNHA, Maria Teresa Santos. O arquivo pessoal do professor catarinense Elpídio Barbosa (1909-1966): do traçado manual ao registro digital. **Hist. Educ.** Porto Alegre. v. 21 n.51 Jan./Abr., p.187-206, 2017.

FREIRE, Bernardina Maria Juvenal; SOUZA, Liliane Braga Rolim H. de. Afonso Pereira: por entre as raízes da memória biblioteconômica paraibana. **Biblionline**, João Pessoa, v. 1, n. 1, p.1-15, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 10.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed., São Paulo: Atlas, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, G.A.; PINTO, R.L. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos**. São Paulo: Atlas, 2001.

PONTES, Vanildo Pereira. A Construção da Memória Através de Um Arquivo Pessoal: o caso do arquivo do poeta Alberto de Moura. **PÁGINAS a&b**. S.3, 3 (2015) 101-118. Disponível em: <<http://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasueb/article/view/667/633>> Acesso em: 23 set. 2018.

RICHERS, Raimar. **O que é marketing**. 15.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Coleção primeiros passos; 27). Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/.../raimar-richers-o-que-marketing-coleao-primeiros-passos-27...>>. Acesso em: 23 ago. 2018.

ROCHA, Ednéia Silva Santos; SILVA, Márcia Regina da; MAIA, Margareth Barros. Estratégia de marketing em unidades de informação: o uso de ferramentas da WEB 2.0 **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.17, n.2, p.349-364, jul./dez., 2012.

SILVA, Alzira Karla Araújo da; PONTES, Liliane da Costa. O marketing como ferramenta estratégica na arquivologia: do diagnóstico ao plano de ação (marketing) no arquivo setorial de uma instituição de ensino superior. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.17, n.2, p.349-364, jul./dez., 2012.

SILVA, Alzira Karla Araújo da; PONTES, Liliane da Costa. O marketing como ferramenta estratégica na arquivologia: do diagnóstico ao plano de ação (marketing) no arquivo setorial de uma instituição de ensino superior. **Archeion Online**, João Pessoa, v. 5 , Número Especial, p. 172-193, jul./dez.2017.

SILVA, Carla Saldanha da; SILVA, Rosani Beatriz Pivettada. Arquivo Pessoal: Fundo Documental Neusa Carson. **Fragmentum**, N. 37. Laboratório Corpus: UFSM, Abr./ Jun. 2013 31-41. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/fragmentum/article/view/11059/pdf>> Acesso em: 20 Ago. 2018.

SILVA, Clemilde Torres Pereira da. **Noventa anos de Afonso Pereira**. João Pessoa: Editora UNIPÊ, 2007.

SILVA, Clemilde Torres Pereira da. **Afonso Pereira da Silva**: centenário fotobiográfico. João Pessoa: Mídia, 2017.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.