

**LUGAR X TERRITÓRIO: COMO A DISTÂNCIA DE UM MERCADO CENTRAL
IMPACTA NO MERCADO PERIFÉRICO. ESTUDO SOBRE AS EMPRESAS
CULTURAIS DA ÁREA DE TEATRO DE ARAÇUAÍ**

Simone Lisboa¹; Gleiciane Ferreira Leite²; Mabel Nepomuceno de Almeida³

Resumo: Essa pesquisa buscou desenvolver o conceito de espaço e território teorizando sobre o papel desempenhado pelo lugar e pelo território e seus impactos na criação e formação de um mercado artístico na área de teatro, em Araçuaí. A pesquisa qualitativa ocorreu tanto por meio de levantamento de dados históricos, análises de artigos, bem como também, análise em profundidade com gestores culturais do setor de teatro de Araçuaí, residentes no município e em Belo Horizonte. A análise hermenêutica guiou a análise dos dados e a interpretação foi feita com base nos principais conceitos da teoria da Dinâmica de Mercado. Os resultados encontrados apontam para um mercado de periferia que vive conflitos com o que é local e o que é global. Embora estejam inseridos, mesmo que, de maneira precária, em um mercado global, há uma força para a valorização do que é local, que é a garantia da identidade e perpetuação de uma história de vida, embora haja o desejo e a necessidade de se inserirem em um mercado global e central para melhoria do seu modo de fazer. A acessibilidade é palavra chave nos problemas enfrentados, tanto para a formação, quanto para o intercâmbio de conhecimentos, troca de valores e experiências com outros grupos culturais.

Palavras-chave: Lugar e Território. Centro. Periferia

Dinâmica de Mercado: Os mercados periféricos e os mercados centrais.

Desde o surgimento da Starbucks e do movimento do café em Seattle para o papel de Hollywood em Los Angeles "Mercados de moda e design (Molotch 2002; 2003), há algo "no ar" (Marshall 1890, 332), que explica por que as empresas e indústrias tendem a agregar em determinados locais em detrimento de outros. O espaço molda a criação, a ruptura e a evolução dos mercados. No entanto, os pesquisadores de marketing possuem um viés na atribuição da agenda principalmente para os consumidores e os produtores, o que pode ter influenciado a escassez observada de pesquisas em que o espaço possa, de outra forma, ter um papel central e determinante. Para preencher essa lacuna teórica, esse trabalho posiciona o espaço como uma categoria ativa nos processos de mercado. Assim, essa pesquisa desenvolveu o conceito de espaço e território teorizando sobre o papel desempenhado pelo lugar e pelo território e seus impactos na criação e formação de um mercado artístico na área de teatro, em Araçuaí. Entender como essa realidade social nos permite entender a dinâmica do mercado, isto é, entender

¹Docente do IFNMG, Campus Araçuaí. Mestre em Marketing pela UFMG. Email: Simone.lisboa@ifnmg.edu.br

²Acadêmica do curso de Bacharel em Administração, do IFNMG, Campus Araçuaí. Bolsista de Iniciação Científica da FAPEMIG. Email: gleice.adm00@gmail.com

³Acadêmica do curso de Bacharel em Administração, do IFNMG, Campus Araçuaí. Bolsista de Iniciação Científica da FAPEMIG. Email: mabelnepomuceno@hotmail.com

de quem é a agência na formação e desenvolvimento dos mercados e sobretudo, os impactos positivos e negativos sofridos por aqueles que em virtude da realidade local, do espaço, são agentes passivos nessa dinâmica do mercado. A área de teatro, escolhida como contexto deste trabalho, traz luz para um setor em crescimento e em fase de busca por maior profissionalização.

Metodologia e Fontes de Pesquisa

A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa tanto por meio de levantamento de dados históricos (análise histórica), análises de artigos, jornais, revistas, bem como também, análise em profundidade com gestores culturais do setor de teatro no município de Araçuaí. O trabalho foi realizado ininterruptamente, de abril/2015 a fevereiro/2016. Levantamos dados históricos desde a década de 1970. Percorremos assim, 50 anos de história. Encontramos um vasto material e após análise preliminar, pudemos definir um contexto que orientou as entrevistas. Entrevistamos produtores culturais de Araçuaí ali residentes e residentes em BH há mais de 10 anos. Realizamos assim, entrevistas com esses gestores culturais. Foram ao todo, 12 (doze) entrevistas realizadas, sendo que 4(quatro) entrevistas foram feitas em Belo Horizonte e, as demais, em Araçuaí. A abordagem hermenêutica guiou a análise dos dados e a interpretação foi feita com base nos principais conceitos da teoria da Dinâmica de Mercado.

Resultados e Discussão

Nosso trabalho foi no sentido de entender a dinâmica do mercado cultural da área de Teatro em Araçuaí. Percebemos como os mercados são criados pelo espaço, incorporado nas relações entre as várias entidades (objetos, pessoas e instituições) que ordena a vida econômica e social (Giesler 2012). Para isso, recorreremos à análise de duas dimensões espaciais que são lugar e território (Jessop et al., 2008). No lugar, a dimensão do que é periférico, em relação ao que é central, assume um caráter concreto e investido de valores e significados (Tuan, 1979). Quando a dimensão do lugar está na vanguarda, noções de significados, identidade, trocas simbólicas, experiências e intersubjetividades estão entre as mais visíveis. Todos os fenômenos sociais são colocados, no entanto, mais do que um mero pano de fundo, o Lugar media a relações sociais da vida em seus mais diversos aspectos. (Gieryn 2000. Nesse sentido, pudemos constatar o esforço dos produtores locais em, por meio de suas produções, sensibilizar a sociedade para os problemas locais, mas, mais que isso, resgatar uma identidade que inspire distinção, orgulho e pertencimento. E é essa distinção, diante da realidade global, esses produtores querem levar para o espaço central. A periferia busca a sua distinção no ambiente central e global por meio do que é raro, próprio e específico. As produções artísticas revelam essa busca. Essa parece ser uma boa alternativa em se tratando de dinâmica dos mercados, tendo a periferia uma ação de influenciar e ser influenciada pelo central, de uma maneira mais consciente e menos passiva.

Conclusões

Nosso trabalho explorou as relações de dinâmica de mercado, sob as variáveis lugar e território, tendo a ótica do espaço como sendo central ou periférico. Nosso objeto de estudo foi a área de teatro, no município de Araçuaí. Como conclusões apontamos sobre tudo a nosso entendimento da importância do lugar como fator determinante de uma realidade profissional na área de teatro e das artes, tanto relativo ao conteúdo produzido quanto às possibilidades de profissionalização dos profissionais, bem como a realização de intercâmbios para trocas em vias de mão dupla com outros grupos de teatro oriundos de outros lugares e, conseqüentemente, com outras experiências e realidade. Isso impacta nos resultados obtidos pelo grupo artístico e no modo de gerir cultura. A produção cultural de teatro em Araçuaí tende a mostrar a realidade local e não questões mundiais e seus dilemas, em busca de uma identidade definidora e distinta, em um ambiente global.

Referências

Gieryn, T. F. (2000), "A Space for Place in Sociology," *Annual Review of Sociology*, 463–496. ***Advances in Consumer Research (Volume 42) / 269***

Giesler, Markus (2008), "Conflict and Compromise: Drama in Marketplace Evolution," *Journal of Consumer Research*, 34(April), 739–754.

_____ (2012), "How Doppelgänger Brand Images Influence the Market Creation Process: Longitudinal Insights from the Rise of Botox Cosmetic," *Journal of Marketing*, 76(November), 55-68.

Jessop, B., Brenner, N. and M. Jones (2008), "Theorizing Sociospatial Relations," *Environment and Planning D: Society and Space*, 26(3), 389–401.

Marshall, Alfred (1890), *Principles of Economics*. New York, NY: Macmillan.

Molotch, Harvey (2002), "Place in Product," *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(4), 665–688.

Tuan, Yi-Fu (1979), "Space and Place: Humanistic Perspective," in *Philosophy in Geography*, eds. Gale, Stephen and Gunnar Olsson, 387–427. New York: Springer.

Agradecimentos

Agradecemos o IFNMG que por meio de suas parcerias institucionais e seu apoio, nos permitiu a realização desta pesquisa com duas alunas bolsistas. Agradecemos também à FAPEMIG que por meio das bolsas concedidas às estudantes, permite que as mesmas possam se ingressar no trabalho científico ainda no início de suas vidas acadêmicas e como pesquisadoras.