O Ensino da Concorrência Mercadológica pelo uso do Cinema como Ferramenta de Aula: Filme "Vem Dançar".[1]

Sergio dos Santos CLEMENTE JÚNIOR[2]

Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Seguindo a linha de utilização do Cinema como ferramenta metodológica para as aulas na graduação de Publicidade, Propaganda e Marketing, o pesquisador apresenta nesta oportunidade o Filme "Vem Dançar" (Take the Lead), uma comédia romântica gravada em 2005 e estrelada por Antonio Banderas como o professor de danças de salão Pierre Dulaine. A obra cinematográfica serviu para a explicação e ilustração dos conceitos de concorrência mercadológica partindo da observação dos alunos para com as cenas do filme em comparação às teorias de Concorrência que nos foram ensinadas por Kotler (2000).

Palavras-chave: Metodologia de Aula, Concorrência Mercadológica; Cinema em Sala de Aula; Filme: "Vem Dançar.

Introdução

O uso do Cinema em sala de aula com objetivo de discutir teorias da área de Comunicação pela observação de películas da 7ª Arte tem sido alvo de estudos do pesquisador desde o ano de 2010 quando apresentou a sua primeira experiência com a animação dos Estúdios Disney – Lilo & Stitch – para explicar aos alunos de graduação em Turismo e Hotelair do SENAC, a teoria de Camargo (2004) que versa sobre "Os

[1] Trabalho apresentado no GP de Publicidade e Propaganda, no XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes – ECA – USP. Mestre em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi (UAM) – SP. Pós Graduação em Administração Hoteleira (SENAC) – SP. Pós Graduação em Comunicação de Marketing (UAM) – SP. Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (UAM) – SP. Professor do Centro Universitário SENAC - SP. e-mail: sergio_clemente@ig.com.br .

Domínios da Hospitalidade" (CLEMENTE JÚNIOR, 2011). De lá para cá foram desenvolvidas experiências com os filmes "Click" (2012) para discutir "Conflitos" (CLEMENTE JÚNIOR, 2013), "Avatar" (2009) para discutir as teorias de "Dado, Informação e Conhecimento", "Espelho, Espelho Meu" (2012) e "Branca de Neve e os Sete Anões" (1938) juntos, para a Análise do Discurso, e "Pinóchio" (1940) para discutir "Los Falsos Amigos" no estudo da Língua Espanhola.

Todas essas experiências estão sendo reunidas para que sejam publicadas no formato de livro, a fim de auxiliar professores da graduação quanto a exemplos interessantes de utilização do cinema como ferramenta metodológica em sala de aula.

A prática de se utilizar o cinema em sala de aula não é recente, porém, como nos explica Bueno (2004, p.108) o uso da imagem animada como recurso de observação e estudo no processo de investigação de um dado fenômeno deve servir como instrumento de descoberto do real, e em suas próprias palavras "explorando o fato de que o cinema é testemunho inestimável do momento observado".

Dessa forma, o pesquisador tem explorado o recurso de, por meio dos filmes, discutir com seus alunos as teorias propostas a cada semestre letivo na faculdade.

A Teoria Estudada

Para o estudo da Concorrência Mercadológica, o pesquisador elegeu Kotler, em sua obra "Administração de Marketing", datada de 2000 – A Edição do Novo Milênio, publicada pela Editora Pearson.

Para o autor, a concorrência surge quando empresas do mesmo segmentos buscam atender a clientes com necessidades iguais ou parecidas, e isso ocorre primordialmente entre empresas de um mesmo setor.

> Setor é um grupo de empresas que oferecem um produto ou uma categoria de produtos que são substitutos próximos uns dos outros (KOTLER, 2000, p. 242)

Kotler (2000) também ressalta a importância de classificar os Setores de acordo com a quantidade de empresas que nela atua, quanto aos nívies de diferenciação de produtos e serviços oferecidos, quanto à presenção, ou não, de barreiras de entrada, de

mobilidade e de saída, bem como as questões estruturais de custos e o grau de integração dessas empresas no mercado.

É a partir da observação do tipo de produto (bem ou serviço) a ser entregue – seja ele homogêneo ou altamente diferenciado-, que Kotler (2000, p. 242) explica o ponto de partida para a descrição de um Setor. Entendendo essas características é possível compreender a estrutura setorial do mercado, que é dividida em quatro diferentes tipos:

- ✓ **Monopólio puro**: Quando somente uma empresa oferece um dado produto ao mercado.
- ✓ **Oligopólio**: Quando uma pequena quantidade (geralmente) de grandes empresas fabricam produtos que variam de altamente diferenciados a produtos padronizados. Nesse grupo, a concorrência pode ainda ser descrita como **Oligopólio Puro**, (poucas grandes empresas qu oferecem normalmente produtos commodities) ou **Oligopólio Diferenciado** (empresas que fabricam produtos parcialmente diferenciados em termos de qualidade, atributos, estilos ou serviços.
- ✓ **Concorrência Monopolista**: Muitos concorrentes são capazes de diferenciar suas ofertas no todo ou em parte.
- ✓ **Concorrência Pura**: Muitos concorrentes oferecem o mesmo produto ou serviço. Uma vez que quase não há base de diferenciação nessa características, os preços são praticamente os mesmos.

Apresentando os estudos da empresa de consultoria Arthur D. Little, Kotler (2000, p.246) explica que cada concorrente de um dado Setor poderá ocupar uma das seis posições competitivas no mercado-alvo, são elas:

- ✓ **Concorrente Dominante**: Essa empresa monitora o comportamento de outros concorrentes e possui um amplo leque de opções estratégicas.
- ✓ **Concorrente Forte**: Essa empresa pode tomar uma atitude sem prejudicar sua posição no longo prazo, independente das atitudes dos concorrentes.
- ✓ **Concorrente Favorável**: Essa empresa possui uma força que pode ser explorada e uma oportunidade acima da média para melhorar a sua posição.

- ✓ **Concorrente Sustentável**: Esta empresa está se desempenhando em um nível satisfatório o suficiente para garantir sua permanência do mercado. Mas suas existência se dá devido à idulgência do concorrente dominante – e ela possui uma oportunidade abaixo da média para melhorar a sua posição.
- ✓ **Concorrente Fraco**: Essa empresa apresenta um desempenho insatisfatório, mas tem chances de melhorar. A empresa deve mudar ou mesmo sair do mercado.
- ✓ **Concorrente Inviável**: Essa empresa tem um desempenho insatisfatório e nenhuma chance de melhorar.

Kotler explica ainda que as empresas devem monitoras três variáveis quando se analisa a concorrência:

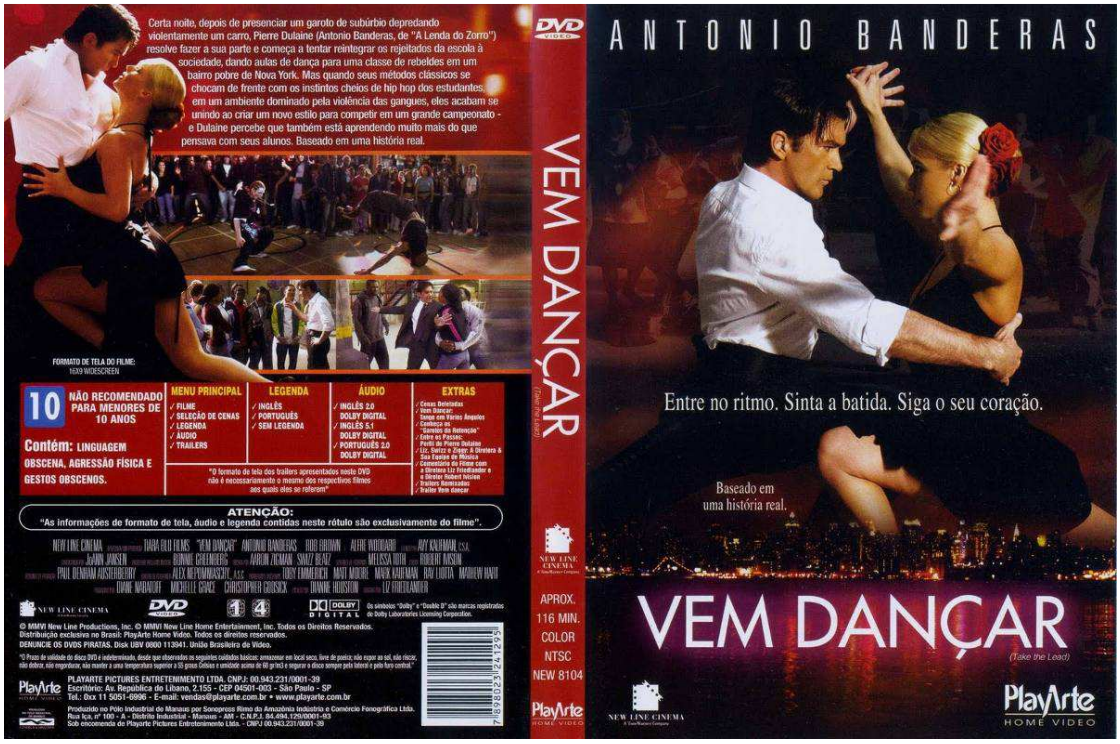
- ✓ **Participação de Mercado**: A participação do concorrente no mercado-alvo.
- ✓ **Share-of-Mind**: O percentual de clientes que respondem o nome do concorrente ao responderem à pergunta "Dê o nome da primeira empresa que lhe vem à mente nesse setor de negócios".
- ✓ **Share-of-Heart** (Participação de Preferência): O percentual de clientes que respondem o nome do concorrente ao responderem à pergunta "Dê o nome da empresa que você preferirira comprar o produto".

E por fim, analisando o pradão de reação dos concorrente, o autor (2000, p.248) explica que a maioria das empresas pertence a uma das quatro categorias a seguir:

- ✓ **Concorrente Cauteloso ou Omisso**: É o concorrente que não reage com rapidez a um movimento do rival.
- ✓ **Concorrente Seletivo**: É um concorrente que reage somente a determinados tipos de ataque.
- ✓ **Concorrente Arrojado**: É um concorrente que reage rapidamente e com firmeza a qualquer ataque.
- ✓ **Concorrente Imprevisível**: É o concorrente, que como o próprio nome diz, não exibe um padrão de reação previsível.

Uma última observação quanto à teoria, que vale mencionar, são os conceitos iniciais de Concorrência Direta e Concorrência Indireta, que Kotler (2000) explica como sendo a Concorrência Direta aquela na qual as empresas oferecem produtos similares que suprem a necessidade do cliente de forma muito parecida, enquanto que a Concorrência Indireta, é aquela que pode ser descrita por esforços produtivos que resultam em produtos diferentes mas que podem suprir (ainda que de outra forma) as necessidade similares de dado grupo de clientes.

O Filme "Vem Dançar"



Fonte: Adoro Cinema, 2017.

Sinópse da Obra – O filme retrara a dura realidade de uma escola pública de Nova York. Certa noite, ao voltar de uma apresentação de dança de salão de seus alunos, Pierre Dulaine (Antonio Banderas), se depara com uma cena de vandalismo contra um automóvel estacionado diante da referida escola pública. Diante da violência da cena, Pierre, que voltada do evento de bicicleta, pára e se dirige ao agressor com tom de indignação. O rapaz enfurecido (Rock, interpretado por Rob Brown) se assusta e foge, deixando para trás o carro que destruía (soando um alarme esridente), e nele a identificação da proprietária, que pelo crachá funcional era a diretora da Escola (Augustine James, interpretada por Alfre Woodard). No dia seguinte Pierre vai à escola

e tenta oferecer ajuda com o que sabe fazer de melhor, ensinar dança de salão, o que foi imediatamente cortado pela diretora, inclusive com ar de ironia. O professor insiste e a diretora acaba por por deixá-lo participar em uma atividade que nenhum outro professor da escola queria assumir, a "detenção". O local era destinado aos alunos que infringiam as regras da escola, como faltar às aulas, depredar o patrimônio, portar de armas e drogas, entre outros delitos. Pierre se depara com um grupo de aluns rebeldes e que estavam ali somente para não serem expulsos da escola. Ao longo de toda a trama, o professor começa uma longa e árdua mudança de postura dos alunos por meio da dança, o que resulta na participação dos meninos em um concurso anual de dança de salão que ocorreu na cidade no final do semestre.

Dados Técnicos: Vem Dançar (Take The Lead, 2005)

Gênero: Drama / Comédia Romântica

Tempo de duração: 118 minutos

Classificação: 10 anos

Estúdio / Distribuidora: Play Arte

Site Oficial: http://www.theleadmovie.com

Direção: Liz Friedlander

Elenco: Antonio Banderas (Pierre Dualeine), Alfre Woodard (Augistine James), Rob Brown (Rock), Yaya da Costa (Lahrette), Jenna Dawan Tatum (Sasha), Dante Basco (Ramos), Elijah Kelley (Danjou), Jasika Nicole (Egypt), Marcus T. Paul (Eddie), Brandon Andrews (Monster), Lauren Collins (Caitlin), Jonathan Malen (Kurd), Shawand Mckenzie (Big Girl), Katya Vishilas (Morgan), Laura Benati (Tina), John Ortiz (Mr. Temple).

A prática de Observação Teórica por meio do Cinema

A escolha da obra se deu por ser o filme uma espetacular e agradável comédia romântica que mostra desde a primeira cena, até a última, situações de concorrência, das mais variadas possível, no caso no "Setor da Educação".

A proposta foi de que os alunos assistissem ao filme na íntegra e trouxessem a explicação das teorias selecionadas para a aula por meio das cenas do filme,

descrevendo cada uma e explicando que ponto do estudo de Concorrência Mercadológica ela podia explicar. Vejamos alguns dos resultados:

Concorrência Direta

A trama se passa em uma escola, que em um primeiro momento se encontra em pé de igualdade (com outras escolas) concorrendo para a formação social dos alunos.

Outro bom exemplo de Concorrência Direta, é a disputa entre as personagens Danjou e Ramos para vem quem seria o parceiro de Sasha na dança do Tango, durante o Concurso de Dança de Salão que acontece no final do filme.

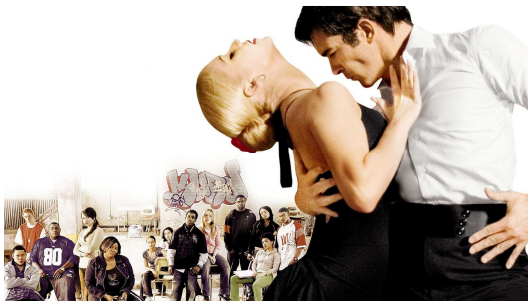
Concorrência Indireta

O Instituto de Dança de Salão de Pierre Dulaine ao entrar em cena para tentar ajudar nessa formação social, passa a ser considerado como um concorrente indireto da Escola, pois atende com outras ferramentas o mesmo propósito e necessidade.

Monopólio puro

Ao analisarmos a película pelo olhar da psicologia, podemos relacionar a situação dos meninos que eram obrigados a "cumprir pena" na detenção da escola por atos de vandalismo. Para eles, a "única luz no fim do túnel" era a violência, uma vez que, como diz o ditado popular, violência

gera violência, a realidade da qual faziam parte se refletia em todas as suas ações, inclusive entre eles mesmos. Podemos entender o princípio do Monopólio Puro, quando analisamos as falas dos alunos em detenção, que o único caminho para eles, a única realidade deles era a violência que sofriam diariamente, dessa forma, agiam assim em todas as situações, sem enxergar nenhuma outra possibilidade de mudança social em suas vidas. E o interessante é que nota-se claramente que a Escola não representava qualquer possibilidade de mudança de vida para a grande maioria deles.



Oligopólio

A oportunidade trazida por Pierre Dulaine aos poucos foi representando uma outra oportunidade na vida desses meninos, o que relacionamos com a abertura de um novo "Concorrente" para a oferta de um "futuro melhor", ou em nossa análise, a oferta de formação social dos alunos por meio da dança. Aqui um bom exemplo de Oligopólio Diferenciado.

Concorrência Monopolista

Desde a primeira cena do filme, quando todos (alunos da escola pública e alunos do instituto de dança de salão) estão se arrumando para o Baile, nota-se claramente que cada um tem o seu estilo próprio, tanto para a vestimenta quanto para o estilo de dança que curte. Aqui fazemos a analogia à Concorrência Monopolista, na qual "muitos concorrentes são capazes de diferenciar suas ofertas no todo ou em parte" a fim de satisfazer "o prazer pela dança".

Concorrência Pura

A oportunidade oferecida por Pierre Dulaine tornou o grupo de alunos detentos em concorrentes com características semelhantes aos alunos do Instituto de Dança de Salão, tanto que ao final da Película, todos concorrem em pé de igualdade no concurso anual de dança de salão.

Nesse novo contexto, "quase não há base de diferenciação nessa características", a não ser a experiência na arte de dançar que cada grupo apresenta.

Concorrente Dominante

A personagem de Antonio Bandeiras (Pierre Dulaine) representa um bom exemplo de Concorrente Dominante, uma vez que se posiciona sempre se maneira segura após monitorar o posicionamento de seus concorrentes no filme.

Concorrente Forte

Caitlin é um bom exemplo de Concorrente Forte, pois ainda que não se posicione perante a sua mãe, quanto ao baile de debutantes que deve participar, tomou decisões que influenciaram o seu "mercado" sem mexer nem prejudicar sua posição em longo prazo.

Concorrente Favorável

Lahrette é um bom exemplo de um Concorrente Favorável. É forte, ainda que sofrida, e apresenta boas oportunidades a serem exploradas. Ao longo da trama se desenvolve e desabrocha como uma concorrente forte no mercado da dança.

Concorrente Sustentável

A diretora Augustine James, se mostra cansada e sem perspectivas quanto à direção da Escola. Ela desempenha suas atividades em um nível satisfatório, o suficiente para se manter no mercado.
Somente passa a acreditar nas mudanças propostas por Dulaine quando presencia os meninos no concurso anual de dança de salão.

Concorrente Fraco

Kurd é um bom exemplo de Concorrente Fraco, que apresenta desempenho insatisfatório, mas com chances de melhorar.

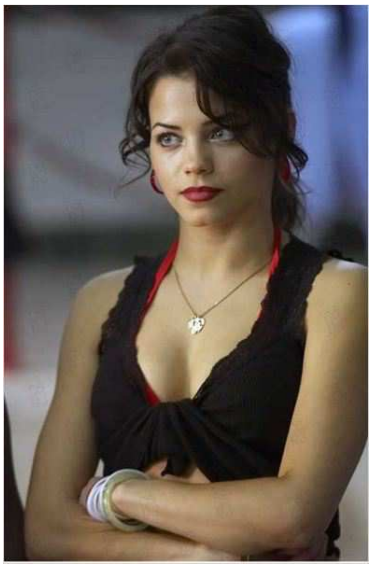
Ao longo do filme isso acontece de maneira interessante e surpreendente.

Concorrente Inviável

A personagem de John Ortiz (o professor Temple) é um bom exemplo de Concorrente Inviável, pois apresenta um desempenho insatisfatório como um dos professores que poderiam resolver o problema da detenção, e sem nenhum sinal de que possa melhorar quanto a isso.

Concorrente Cauteloso ou Omisso

A personagem Danjou (à esquerda na foto, de gravata azul) é um bom exemplo de Concorrente Cauteloso ou Omisso. Ao longo de quase todo o filme ele não se posiciona / não reage de maneira rápida e efetiva quanto à disputa com o seu rival Ramos (à direita na foto, de chapéu), para ver quem dançaria o tango com Sasha (ao centro da foto).

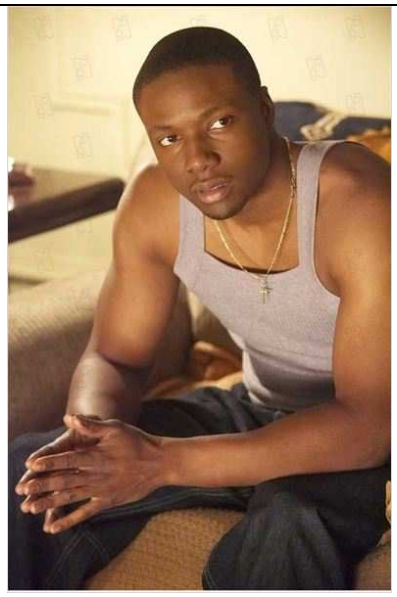


Concorrente Seletivo

A personagem Sasha representa por sua vez um bom exemplo de concorrente Seletivo. Ela reage somente a determinados estímulos, mas quando se posiciona, é rápida e eficiente em suas decisões. Ela tem duas passagens importantes no filme, a primeira quando elogia Morgan após a apresentação de tango com Dulaine na detenção (e ao final dá o troco pela grosseria feita pela loira), e quando da decisão de escolher o seu parceiro para o tango, entre as personagens Danjou e Ramos.

Concorrente Arrojado

Ramos é um bom exemplo de Concorrente Arrojado, uma vez que reage rapidamente e com firmeza, ainda que de maneira turbulenta, a qualquer ataque que sofra no “mercado”.



Concorrente Imprevisível

A personagem de Rob Brown, Rock, é um excelente exemplo de Concorrente Imprevisível.

Ao longo do filme, participa de várias cenas com reações imprevisíveis para quem com ele atuava. A cena mais interessante foi a de quando, no sábado do concurso de dança, estava de vigilante no ponto de distribuição de drogas e faz uma reviravolta na história, atirando contra o sistema de alarme de incêncio.

Crédito das Fotos: Google Imagens, 2017.

Quanto aos exemplos que ilustram "Participação de Mercado" podemos citar dentro do mercado de Educação, os alunos que participavam da escola de maneira efetiva e aqueles que são os protagonistas da trama, que estavam na detenção. Outro exemplo fica por conta dos alunos da escola pública versus os alunos do Instituto de Dança de Salão de Pierre Dulaine.

A teoria de "Share-of-Mind" pode ser exemplificada pelas referências de violência relatadas pelos alunos detentos no início do filme. Elas eram as únicas referências vivas em suas vidas.

Já quanto à teoria de "Share-of-Heart" podemos exemplificar por uma cena em especial, quando após um conflito entre os detentos e os bailarinos do Instituto de Dança, especificamente a personagem Morgan, todos retornam à detenção e após uma conversa calorosa, expressa pelo descontentamento dos meninos detentos, a personagem Big Girl (garotona) toma à frente e mostra que ela faria a escolha de continuar treinando a dança de salão ensinada por Dulaine na detenção, todos a seguem.

Fonte: Adoro Cinema, 2017.

Considerações Finais

O uso do cinema tem trazido ao pesquisador a possibilidade de tornar o ambiente de sala de aula mais descontraído, dando conta de maneira efetiva, da explicação das teorias de cada semestre / turma por uma ótica mais lúdica.

Os alunos são convidados à participação da seção pipoca com a incumbência de explicar os pontos teóricos estudados por meio das cenas dos filmes propostos.

A cada nova turma os olhares mudam, as cenas mudam, mas a explicação e principalemente a compreensão da teoria se mantem de forma muito satisfatória.

Espero poder em breve apresentar essas experiências em formato de livro, para compartilhar com os colegas professores novas formas de ensinar a mesma coisa.

Referências

ADORO CINEMA. **Filme Vem Dancar**. Disponível na internet em: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-59573/> Acessado em 13/07/17.

BUENO, Marielys Siqueira. **O Cinema**: Uma opção metodológica. In: Revista da Hospitalidade: Ano I, número I - 2º semestre de 2004. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

CLEMENTE JÚNIOR, Sergio dos Santos. **Um exemplo do Uso do Cinema como Ferramenta de Observação Teórica em Comunicação: CLICK (Adam Sandler)**. Disponível na internet em: < http://www.eca.usp.br/propesq/index.htmlf> Acessado em 13/07/17.

CLEMENTE JÚNIOR, Sergio dos Santos. **Um exemplo do Uso do Cinema como ferramenta de observação teórica em Hospitalidade: Lilo & Stitch (Walt Disney)**. Disponível na internet em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/ sudeste2011/resumos/R24-0070-1.pdf> Acessado em 13/07/17.

GOOGLE IMAGENS. Disponível na internet em: www.google.com.br Filtro: Vem Dançar. Acessado em 13/07/17.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10ª Edição – A Edição do Milênio, Editora Pearson – Prentice-Hall, 2000.