



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE**

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

DOUGLAS ALBUQUERQUE VASCONCELOS

**ESTUDO OBSERVACIONAL DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS
DE WALT DISNEY NO FILME “WALT ANTES DO MICKEY”.**

FORTALEZA

2017

DOUGLAS ALBUQUERQUE VASCONCELOS

ESTUDO OBSERVACIONAL DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS
DE WALT DISNEY NO FILME “WALT ANTES DO MICKEY”

Monografia apresentada no Curso de
Administração da Universidade
Federal do Ceará, como requisito
parcial para obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Diego de
Queiroz Machado

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

V45e Vasconcelos, Douglas Albuquerque.
Estudo observacional das características empreendedoras de Walt Disney no Filme "Walt antes do Mickey" / Douglas Albuquerque Vasconcelos. – 2017.
48 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2017.
Orientação: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

1. Empreendedorismo. . 2. Walt Disney. . 3. Análise filmica.. I. Título.

CDD 658

DOUGLAS ALBUQUERQUE VASCONCELOS
ESTUDO OBSERVACIONAL DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS
DE WALT DISNEY NO FILME “WALT ANTES DO MICKEY”

Monografia apresentada no Curso de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado

Aprovada em: ____/____/____

BANCA
EXAMINADORA

Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Márcia Zabdiele Moreira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Daniel Barboza Guimarães
Universidade Federal do Ceará (UFC)

À Alfredo e Elivana, razões da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por está sempre presente em meu dia-a-dia, nos momentos mais difíceis dando-me forças para prosseguir, nos momentos alegres permitindo compartilhá-los.

Aos meus pais Alfredo e Elivana e ao meu irmão Felipe, por acreditarem em mim e terem dado amor e carinho sempre que precisei.

À Daniele, por todo o apoio e amor ao longo desse percurso.

Ao professor orientador Dr. Diego Machado, por toda a atenção e dedicação que possibilitaram a realização desse trabalho.

A todos os colegas da universidade que estiveram presentes ao longo dos anos, pelo apoio mútuo e a conquistas compartilhadas ao longo dos anos, em especial à Riviane Guimarães, fiel companheira ao longo dos 6 anos de FEAAC , e Ana Tiely pelo apoio nas horas importantes.

Ao Waldyr Limaverde, por todos seus ensinamentos profissionais.

A todos os que contribuíram direta e indiretamente para essa conquista pessoal, meus agradecimentos e sincero carinho.

“Se você pode sonhar, pode fazer.”

Walter Elias Disney

RESUMO

O empreendedorismo auxilia no combate ao desemprego e, simultaneamente, tende a impactar de maneira relevante os modelos econômicos e sociais existentes. Ao compreender a importância social do empreendedorismo, a sociedade deve estimular o estudo e desenvolvimento desta prática. Este trabalho tem como objetivo geral analisar as características empreendedoras de Walt Disney presentes no filme “*Walt Antes do Mickey*”; como objetivos específicos, compreende-se: apresentar os principais modelos/tipologias de empreendedores na literatura; identificar na narrativa, elementos dos modelos e tipologias de empreendedores da literatura; traçar um perfil das características empreendedoras em Walt Disney. A metodologia alicerça-se na análise fílmica da longa metragem “*Walt Antes do Mickey*” em uma abordagem qualitativa e com coleta de dados através de observação fílmica respaldada pelo estudo observacional indireto e não participante, com o intuito de realizar um paralelo entre o filme e as características do empreendedor situadas no referencial teórico. A pesquisa possui, como resultados observados, a identificação de características como: disposição a correr riscos, compromisso, resistência à frustração; em Walt Disney que são apontadas como essencial ao sucesso empreendedor por diversos autores.

Palavras-chaves: Empreendedorismo. Walt Disney. Análise fílmica.

ABSTRACT

Entrepreneurship assists in combating unemployment and, at the same time, tends to have a significant impact on existing economic and social models. In understanding the social importance of entrepreneurship, society should encourage the study and development of this practice. This work has the general objective to analyze the entrepreneurial characteristics of Walt Disney present in the movie "Walt Before Mickey"; As specific objectives, it is understood: to present the main models / typologies of entrepreneurs in the literature; Identify in the narrative, elements of the models and typologies of entrepreneurs of literature; Profile of entrepreneurial characteristics in Walt Disney. The methodology is based on the film analysis of the feature film "Walt Before Mickey" in a qualitative approach and with data collection through film observation supported by the indirect and non-participant observational study, in order to carry out a parallel between the film and The characteristics of the entrepreneur located in the theoretical framework. The research has, as observed results, the identification of characteristics such as: willingness to take risks, commitment, resistance to frustration; In Walt Disney who are singled out as essential to entrepreneurial success by several authors.

Key-words: Entrepreneurship. Walt Disney. Film analysis.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características segundo SEBRAE	20
Quadro 2 – Características segundo Dornelas.....	21
Quadro 3 – Características empreendedoras abordadas	26
Quadro 4 – Características empreendedoras apresentadas por Walt Disney. ...	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 A evolução dos conceitos de empreendedorismo	15
2.2 Características e tipologias do sujeito empreendedor	17
3. METODOLOGIA	29
4 RESULTADOS	32
4.1 Sobre o empreendedor	32
4.2 Walt antes do Mickey: Sinopse.....	33
4.3 Análise de Walt antes do Mickey	34
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
REFERÊNCIAS	45

1 INTRODUÇÃO

O sistema capitalista no qual a sociedade se insere na atualidade tem como principal impulsionador o processo contínuo de reinvenção cuja busca constante volta-se ao desenvolvimento de novos produtos, novos métodos de produção; além da procura por novos mercados em um processo de transformação social. A isto se dar o nome de empreendedorismo tendo como agente principal deste processo, o empreendedor.

O empreendedorismo, neste sentido, consiste na disposição para identificar problemas e oportunidades e prover o investimento de recursos e competências para criação de um negócio, projeto ou movimento que seja capaz de alavancar mudanças de forma a gerar impactos positivos. Devido a essa característica, o empreendedorismo é considerado o fator principal para a promoção do desenvolvimento econômico e social de um país (BERNARDO *et al*, 2013).

Com o grande desenvolvimento tecnológico vislumbrado desde o avanço da globalização, percebe-se a necessidade – cada vez maior - das empresas de se destacar no mercado em que estão inseridas, fato este que tem tornado o tema empreendedorismo mais debatido e constante no meio empresarial. As universidades, seguindo essa tendência, procuram inserir em suas grades curriculares assuntos relacionados às atividades empresariais, como economia, ética, gestão e empreendedorismo, formando, assim, profissionais completos voltados para inovação e preparados para enfrentar o mercado.

A aspiração pela independência financeira e a insatisfação com os padrões estabelecidos pelas organizações são fatores que motivam e impulsionam as pessoas a procurar no empreendedorismo a saciedade dos seus desejos. A consequência disto é uma variedade de empreendimentos com ideias inovadoras e com uma gestão voltada para a qualidade dos serviços e produtos ofertados e com foco na satisfação dos clientes.

Com características básicas alicerçadas no espírito criativo e pesquisador, o empreendedor está em constante busca por caminhos não percorridos e novas soluções, voltadas as necessidades das pessoas. A essência do empreendedor de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades, além da preocupação com a melhoria do produto.

De acordo com Barros e Pereira (2008), o empreendedorismo auxilia no combate ao desemprego e, simultaneamente, tende a impactar de maneira relevante os modelos econômicos e sociais existentes (NASSIF, GHOBIL E AMARAL, 2009). Ao compreender a importância social do empreendedorismo, a sociedade deve estimular o estudo e desenvolvimento desta prática, como disposto nas considerações de Taylor (2011). Embasado nos conceitos elencados anteriormente, justifica-se a temática do trabalho a partir da importância social do empreendedorismo, especialmente no contexto que o cerca atualmente o Brasil, de crise financeira, altos índices de desemprego e instabilidade da economia. Ademais, o trabalho delineará características, tipologias e análise sobre o empreendedorismo, com ênfase na trajetória de Walt Disney, o que resulta – nesse caso, a quem ler – numa observação e, a medida do possível, de uma mudança de comportamento sobre como e quais os motivos de empreender.

Segundo Cavalcante *et al.* (2015) no Brasil, a figura do empreendedor está normalmente ligada ao desenvolvimento de micro e pequenas empresas que contribuem para o desenvolvimento econômico ao abrandar o desemprego de uma grande parcela da população com níveis de qualificação menos elevados.

Devido a sua importância, é necessário aos empreendedores terem competências que possibilitem implantar uma organização no mundo dos negócios e, também, manter sua sobrevivência no mercado. Ele deve estar habilitado para criar e conduzir a implementação do processo criativo, conseguir elaborar estratégias que permitam o desenvolvimento da sua organização. Tais prerrogativas se justificam pelo fato do empreendedor ser visto como um indivíduo que possui grandes níveis de energia e alto grau de perseverança e imaginação que, juntos a disposição de ter ousadia com responsabilidade, o credenciam a transformar o que frequentemente começa como uma ideia (visão) simples e mal definida em algo concreto (KETS DE VRIES, 2001).

O estudo das características de grandes empreendedores ocorre, neste interim, para traçar atributos semelhantes às essas personalidades de sucesso e, assim, servir de parâmetro para sujeitos que almejem atingir esse grau de êxito. Como no estudo de Becker *et al* (2014) que busca fazer o comparativo no aspecto de inovação entre Steve Jobs e Mark Zuckerberg, duas grandes referências mundiais no assunto.

Alguns estudos analisam e exemplificam como determinadas pessoas alcançaram a grandiosidade naquilo que se propunham a realizar. Contudo, outros estudos não elencaram somente o sucesso, mas, também, vislumbraram perfis empreendedores de grandes empresas que, ao longo do tempo, resultaram em falência. O primeiro exemplo é demonstrado nas considerações de Cunha e Zanelato (2014) que traçaram o perfil de empreendedores de sucesso como Steve Jobs, Kiichiro Toyoda e Jorge Paulo Lemann; já o segundo exemplo é o perfil de empreendedores que fracassaram como Ernst Otto Meyer, da antiga empresa de aviação *Varig*, e Eike Batista (CUNHA; ZANELATO, 2014).

Alguns estudos analisam personalidades importantes com um uso de uma metodologia específica – denominada observação fílmica – em que há a observação de uma figura de sucesso a partir da sua história contada em filme. Um exemplo de estudo científico que segue essa temática é o realizado por Matos *et al* (2012) que realizou um estudo observacional do comportamento empreendedor de Irineu Evangelista de Sousa, da Ótica de Fillion, no filme “*Mauá - o Imperador e o Rei*”.

Dentre diversos casos de empreendedores de sucesso presentes na história, Walt Disney é um que tem grande destaque no mundo empresarial e será objeto de estudo deste trabalho.

Walter Elias Disney é considerado uma das mentes mais brilhantes do século XX (MACHADO, 2008). Fundador de um império mundial de entretenimento, Walt Disney é considerado pioneiro no mercado de animações tendo produzido o primeiro longa-metragem de animação “*Branca de Neve e os Sete Anões*”, em 1937, e pela criação de alguns personagens famosos de desenho animado como Mickey, Pato Donald e Zé Carioca.

Além da extensa lista de filmes produzidos pela marca, existem alguns filmes que retratam a trajetória de vida de Walt Disney. Em “*Walt nos Bastidores de Mary Poppins*” (2013), dirigido por John Lee Hancock, demonstra a forma que Walt Disney se comportava nos bastidores das produções de filmes. Já em “*Walt Antes do Mickey*” (2015), os telespectadores conhecem a sua vida, desde sua infância até a criação de um dos seus principais personagens, Mickey, que marca o começo do seu grande sucesso.

Para o presente estudo, o Filme “*Walt Antes do Mickey*” (2015) foi escolhido como fonte de informações na observação de seu personagem principal,

Walt Disney, ao se analisar características empreendedoras na sua trajetória até a criação do personagem que marca o início de seu sucesso.

Uma vez retratadas algumas pesquisas que possuem a vertente descritiva e analítica de empreendedores de renome nacional e internacional, cada qual com sua particularidade, este trabalho segue uma linha de pesquisa semelhante a elas, com o uso – como mencionado – da história do co-fundador da Walt Disney. Sabe-se que escrever sobre a vida pública de qualquer sujeito – seja ele famoso ou não – e utilizar entrevistas ou histórias de vida possuem limitações, haja vista que se trata de pessoas inseridas em contextos sociais específicos com particularidades inerentes a individualidade de cada uma, o que pode resultar na dificuldade de uma análise completamente inerente de veracidade. Contudo, por mais que haja uma limitação na temática escolhida, percebe-se, a partir dos estudos citados anteriormente, que esse tipo de método e observações científicas possuem espaço no cotidiano acadêmico e suas considerações se constituem como um novo olhar de um tema grandioso como é o empreendedorismo.

Assim, segue-se a busca por responder a seguinte questão da pesquisa: Quais as características empreendedoras de Walt Disney presentes no filme “*Walt Antes do Mickey*”?

O objetivo geral do trabalho, uma vez elencadas as prerrogativas acima, é analisar as características empreendedoras de Walt Disney presentes no filme “*Walt Antes do Mickey*”.

Como objetivos específicos o trabalho pretende:

- a) Apresentar a jornada empreendedora de Walt Disney segundo o filme “Walt antes de Mickey”;
- b) Identificar na narrativa, elementos dos modelos e tipologias de empreendedores da literatura;
- c) Traçar um perfil das características empreendedoras em Walt Disney e tipologias relacionadas.

Para corroborar a análise da fonte cinematográfica e, conseqüentemente, responder aos objetivos propostos, a metodologia do projeto volta-se aos estudos observacionais através da análise qualitativa onde será aplicada a análise fílmica, uma vez que, segundo Leite e Leite (2010), a linguagem cinematográfica adequa ao observador a sensação de espaço de coparticipante daquilo que vê descrito no filme, de forma que se tornem plausíveis, decodificação e codificação de variados

símbolos, sejam com os textos, com as imagens ou com os comportamentos observados nos personagens.

Desta forma, o trabalho possui a seguinte estruturação: A primeira seção apresenta uma introdução acerca do tema, discorrendo a respeito da motivação e pontua os objetivos, tanto geral quanto específicos. A segunda seção expõe todo o referencial teórico do trabalho, através do qual é feito levantamento bibliográfico acerca do tema de empreendedorismo, características e tipologias de empreendedores. A terceira seção descreve a metodologia empregada na elaboração da pesquisa através da observação fílmica. A quarta seção explana os resultados apresentados na análise do filme *“Walt Antes do Mickey”* em confronto aos assuntos abordados no referencial teórico. A quinta seção apresenta, por fim, as conclusões da análise e considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Evolução dos conceitos de Empreendedorismo

Ao analisar a evolução humana, desde a época em que os homens primitivos habitavam a terra até a contemporaneidade, pode-se notar comportamentos empreendedores dos sujeitos sociais que lutavam para sobreviver, inovando na utilização de ferramentas a fim de tornar mais rápida e eficiente a procura por alimentos (CUSTÓDIO, 2011).

Conforme afirma Dolabela (2008), o assunto empreendedorismo não é um tema novo ou de interesse sazonal, uma vez que ele tem sua vivência desde as primeiras inovações alcançadas pelos humanos tendo como finalidade melhorar as relações interpessoais e, concomitantemente, com os outros elementos da natureza.

Segundo Cunha (2004), o termo “empreendedor” deriva da palavra francesa *entrepeneur*, que tem como significado “aquele que está entre” ou “Intermediário”. De acordo com Landstromm e Lohke (2010), o economista irlandês Richard Cantillon utiliza pela primeira vez - em 1725 - o termo para indicar o indivíduo que assumia riscos. O economista fazia parte de um grupo de fisiocratas que compreendiam os empreendedores como indivíduos que tinham forte papel nos equilíbrios entre oferta e demanda com o objetivo de estar sempre em processo de mudança no mercado com objetivo de obter mais lucro. O grupo de Cantillon caracterizou três classes de agente econômico (LANDSTROM; LOHKE, 2010):

- a) Proprietários de terra: indivíduos independentes financeiramente;
- b) Empreendedores: agente de engajamento na relação comercial que assume riscos em busca de obter lucro;
- c) Assalariados;

Para SEBRAE (2013), um exemplo da definição de empreendedor como um intermediário é o de Marco Polo, mercador, cujas tentativas de constituir rotas comerciais para o Extremo Oriente tornou-o lendário. Marco Polo como intermediário admitia o papel de empreendedor, pois assinava um contrato, sendo ele uma pessoa de recursos, onde o capitalista investia e corria riscos controlados, enquanto o próprio navegador assumia os demais riscos, tanto físicos quanto emocionais.

Na Idade Média, o termo empreendedor foi designado para descrever um administrador ou participante de grandes projetos de produção (SEBRAE, 2013). Murphy, Liao e Welsch (2006) destacam que a atividade empreendedora teve

grande expansão durante os séculos XVI e XVII, como o conhecimento construído a partir das experiências, baseado nas habilidades desenvolvidas, tornando-se gradativamente instrumentais para ajustar as ineficiências ou oferecer novas soluções, produtos e serviços.

Lira (2007) afirma que, no século XVII, ocorreram os primeiros indícios de relação entre empreendedorismo e o fato de assumir riscos em busca de crescimento. Nesta época os empreendedores estabeleciam um acordo contratual com o governo a fim de realizar algum tipo de serviço ou fornecer produtos. Uma especificação histórica do período era o trabalho com preços prefixados sendo qualquer lucro ou prejuízo exclusivo do empreendedor (CUSTÓDIO, 2011).

No século XVIII, diverge o pensamento discorrido *a priori* – no qual o intermediador era responsável pelos riscos e lucros de um empreendimento, como ocorria com Marco Polo – e advém, assim, um novo formato de mercado em que o fornecedor de capital, que é o investidor de risco atual, do empreendedor, sendo a principal causa desta diferenciação o processo de industrialização (CUSTÓDIO, 2011).

Para o pensamento inglês nesta época, as referências de empreendedorismo foram trazidas por Adam Smith, em 1776, na publicação de sua obra sobre a riqueza das nações. O autor caracteriza o empreendedor ora como um trabalhador superior, ora como especulador e acumulador de riquezas (ZEN; FRACASSO, 2008).

Outro economista que destaca o empreendedor no papel de organização entre produção e distribuição é o francês Jean Baptiste Say que afirmava ser necessário para o empreendedor as seguintes vertentes: localizar um mercado e, também, possuir ações direcionadas para o foco de criação de valor ou utilidade (HÉRBERT; LINK, 2006).

Segundo afirma Custódio (2011), no período entre o final do século XIX e início do século XX, não havia qualquer diferenciação entre o empreendedor e o gerente. Profissionais que tinham como tarefa organizar, planejar, dirigir e controlar eram caracterizados como empreendedor. Para Dornelas (2016), desta forma, os gerentes ou administradores eram percebidos como empreendedores pelo simples ponto de vista econômico, por serem indivíduos que assumem o papel de organizar, planejar, dirigir, controlar, e pagar os funcionários, todas as atividades a serviço do sistema econômico capitalista.

Entre os anos de 1830 e 1910 – seguindo o contexto histórico do empreendedorismo - as escolas britânicas e austríacas exerciam forte dominância, com grandes contribuições de León Walras, economista francês que entendia o empreendedor como um agente intermediário entre a produção e o consumo. As escolas retratadas tinham em seu ideal o empreendedorismo como motor para o desenvolvimento econômico (CHARRY, 2010).

Ludwig von Mises, líder da escola econômica austríaca, realizou estudos nos quais apresentavam a noção de independência dos indivíduos e a capacidade humana de aproveitar as oportunidades. Friederich von Hayek, a quem von Mises exercia demasiada influência sobre seus pensamentos, difundiu a importância e a necessidade de disseminação do conhecimento na sociedade, ações que causariam um grande benefício para o processo de descobertas constantes (LANDSTROM; LOHKE, 2010).

Apenas no século XX, a ideia de inovação passou a ser atrelada ao termo empreendedorismo, principalmente após o trabalho de Schumpeter, que por muitos é considerado o pai da inovação, que demonstrou as relações entre a abertura de um novo mercado ou até mesmo a descoberta de uma nova matéria prima, à introdução de um novo método de produção ou novo produto (PRODANOV; FREITAS, 2007). Para Schumpeter, o papel principal de liderança, com imaginação criativa, era realizado pelo empreendedor. Ele atribuiu a ocorrência de inovação e movimentos de adaptação aos comportamentos empreendedores (HÉBERT; LINK, 2006).

2.2 Características e Tipologias do Sujeito Empreendedor

Identificar novas oportunidades, criatividade, pró-atividade, inovação, organização, assumir riscos de forma calculada são algumas características ligadas ao conceito de empreendedorismo (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009). No desenvolvimento da riqueza de uma nação, o empreendedor assume um papel de grande importância por estar sempre ligado a geração de novas ideias, produtos, modelos de produção, sendo um agente direto no crescimento da economia no sistema capitalista (DE SOUZA *et al*, 2013).

Chiavenato (2012) afirma que existem vários fatores que levam as pessoas a empreender e iniciar um novo negócio. A seguir, são apresentados alguns destes fatores, pelos quais as pessoas se engajam em formar novos negócios:

- a) Grande vontade de ser seu próprio patrão, não ter que receber ordens de outras pessoas, obter sua independência;
- b) Ter a escolha de poder trabalhar com o que gosta, sem ter que ser um subordinado em busca da segurança de um salário e direitos;
- c) Sentimento que pode buscar o desenvolvimento a partir da sua própria iniciativa sem precisar a proteção do patrão;
- d) Anseio pessoal de ser reconhecido e obter prestígio;
- e) Forte vontade de conquistar um patamar financeiro que não conseguiria sendo apenas um empregado;
- f) Aproveitar o descobrimento de uma oportunidade em que outros não davam a importância que merecia;
- g) Sentir-se desafiado em alocar recursos e habilidades em um ambiente desconhecido;

Conforme Drucker (1986), o empreendedor é um indivíduo capaz de demonstrar um comportamento inovador, em busca de atingir a satisfação do seu cliente. É alguém que tem como identificar as oportunidades de novos negócios, nichos de mercados, sabe estabelecer metas, corre riscos calculados, está sempre em busca de informações necessárias, planeja, realiza monitoramento de forma sistêmica, tem como características a persistência e o comprometimento, tem poder de persuasão, é exigente com a qualidade e possui perfil de independência e autoconfiança. O empreendedor deve ter a capacidade de tomar decisões coerentes no momento certo, estar bem informado e conseguir analisar de forma lógica a situação e ponderar as alternativas disponíveis para uma escolha mais assertiva.

De Souza *et al.* (2013) destaca algumas características inerentes aos empreendedores:

- a) Flexibilidade: Disposição para compreender e aceitar novas situações.
- b) Integridade: deter qualidade no caráter, possuir princípios corretos, ser imparcial, honesto, coerente e comprometido com todas as áreas e pessoas que envolvem o negócio;
- c) Iniciativa: ser proativo, agir de maneira espontânea e coerente com a realidade;
- d) Liderança: ter a habilidade de orientar o foco de um grupo de forma a conquistar os objetivos;
- e) Negociação: Competência para selar acordos;

- f) Perseverança: aptidão em manter o foco em seus propósitos diante as adversidades, sem perder a clareza das situações;
- g) Capacidade de Planejamento: Habilidade de construir uma visão de longo prazo, traçando um guia ao caminho a ser traçado com foco nos objetivos determinados;
- h) Resistência à Frustração: habilidade de saber superar situações de não satisfação de necessidade pessoais ou profissionais;
- i) Sensibilidade Administrativa: habilidade de fazer o planejamento, executar e controlar por meio de processos organizados, sistemáticos e eficazes;

Chiavenato (2012) sintetiza em três as características básicas mais comuns aos empreendedores: a necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança. Esses conceitos são intrínsecos e internos ao indivíduo, inerentes à personalidade e dificilmente conseguirão ser assimilados, seja de forma espontânea ou não. Uma vez pontuadas as particularidades retratadas pelo autor, explana-se, doravante, seus conceitos.

A necessidade de realização é relativa a algumas pessoas, enquanto umas possuem pouca ambição de realização e se contentam com o atual status; existem outras com grande necessidade de realização que gostam de competir em alto nível de excelência e são auto-responsáveis. Em alguns casos, os traços de empreendedor se tornam evidentes desde cedo, mesmo na infância pode-se identificar características empreendedora (CHIAVENATO, 2012).

Enquanto isso, a disposição para assumir riscos ocorre quando o empreendedor admite a imprevisibilidade dos seus resultados, principalmente ao iniciar seu próprio negócio, tais como: riscos financeiros em consequência do investimento do próprio capital e da abdicação a um emprego fixo e de uma carreira delineada; riscos familiares ao ter em seu negócio o envolvimento de familiares; riscos psicológicos, em virtude da possibilidade do fracasso em seu empreendimento. Eles preferem se submeter a situações arriscadas até atingir o ponto limite em que ainda possam ter um controle pessoal sobre o resultado final ao próximo passo de ter situações em que o resultado final dependa apenas da sorte. A prioridade em correr riscos moderados reflete a autoconfiança do empreendedor (CHIAVENATO, 2012).

Por fim, outra característica descrita por Chiavenato (2012) é a autoconfiança, onde indivíduos que possuem essa qualidade sentem-se preparados para enfrentar os desafios e as dificuldades que estão a sua volta. Ainda segundo o autor, empreendedores de sucesso são pessoas autônomas que têm capacidade de visualizar com clareza os obstáculos essenciais ao novo negócio, porém creem quem têm as habilidades necessárias para atravessar estes obstáculos.

Rotter (1966) destaca que existem duas formas de interpretar a origem do sucesso: os indivíduos que entendem que o sucesso é resultado dos seus próprios esforços e habilidades com um foco interno de controle sendo ele um indivíduo auto-responsável. Em contraponto a esse pensamento, existem indivíduos que acreditam que a vida é controlada pela sorte ou pelo acaso sendo externo ao seu foco de controle.

O SEBRAE (2013), a partir da observação da forma de agir dos empreendedores no mercado, listou algumas características comuns a eles:

Quadro 1 – Características segundo SEBRAE

Característica	Descrição
Iniciativa	Agir voluntariamente antes da necessidade ocasionada pelas circunstâncias
Busca de oportunidades	Distinguir e saber aproveitar oportunidades novas e pouco comuns das já existentes necessita estar sempre atento e ter capacidade de perceber, no momento exato, as oportunidades de negócio que o mercado proporciona;
Persistência	Não abandonar o objetivo diante das dificuldades encontradas, lutar sempre com esperança com a finalidade de realizar seus projetos.
Busca de informação	Dar valor a informação e buscá-la pessoalmente a fim de organizar um plano ou auxiliar na tomada de decisão. Estas informações podem ser encontradas em livros, cursos ou até mesmo com pessoas que tenham experiência no setor.
Preocupação com a excelência do trabalho desenvolvido	Sempre ter interesse em manter uma qualidade de alto nível nos produtos ou serviços prestados.
Eficiência	Estar sempre em busca de reduzir o custo, os recursos necessários e o tempo para concretizar as tarefas
Autoconfiança	Acreditar na própria habilidade e capacidade de realização
Persuasão	Capacidade de convencimento perante os demais
Uso de estratégias de influência	Disposição para pensar e determinar formas para influenciar os demais
Reconhecimento das próprias limitações	Ter ciência de suas próprias limitações aprendendo com as próprias falhas
Comprometimento com os contratos de trabalho	Empenho pessoal para cumprir contratos acertados
Assertividade	Fazer exposição dos problemas aos outros de forma direta e tomar decisões fortes na função de oposição
Monitoramento	Acompanhamento do trabalho dos outros para garantir que o trabalho atenda as perspectivas relativas ao procedimento,

	planejamento e à qualidade.
Perícia	Experiência ou capacitação antecedente em áreas correlatas ao próprio mercado, pois quanto mais tiver domínio sobre o ramo em que atua, maiores serão as oportunidades de obter êxito.
Planejamento Sistemático	Realizar análises lógicas para desenvolver planos particulares para a tomada de decisões.
Resolução de problemas	Capacidade de mudança na estratégia quando se faz necessário identificar novas soluções para os problemas.

Fonte: SEBRAE (2013) adaptado.

Dornelas (2016), também destaca algumas características comuns aos empreendedores que obtêm sucesso em seus negócios como abaixo descrito:

Quadro 2 – Características segundo Dornelas

Características	Descrição
São visionários	Tem uma visão de futuro definida ao seu negócio e ainda a capacidade de pôr em prática seus sonhos
Sabem tomar decisões	Sentem-se seguros na hora da tomada de decisão, especialmente em momentos adversos com a implantação de suas ações de forma rápida.
São indivíduos que fazem a diferença	Tem a capacidade de transformar algo, de complexa definição, uma ideia abstrata em algo concreto, em pleno funcionamento
Sabem aproveitar ao máximo as oportunidades	Grande parte das pessoas acredita que as boas ideias são aquelas que pertencem a quem as teve primeiro, por meio do acaso ou sorte, entretanto para os empreendedores, as grandes ideias surgem daquilo que todos conseguem enxergar, mas não conseguem identificar algo na prática para modifica-las em oportunidade, através de dados e informação.
São determinados e dinâmicos	Demonstram comprometimento em todas as suas ações, enfrentando as adversidades e rompendo barreiras, com foco de fazer acontecer, com bastante dinamismo e insatisfação em relação às rotinas.
São dedicados	Diversas vezes o relacionamento com amigos, família e até com a própria saúde são comprometidas na busca de conquistar seus objetivos. São exemplos de trabalhadores, incansáveis, descobrindo energia para seguir em frente mesmo no encontro com grandes adversidades, são entusiasmados pelo trabalho.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	Amam o trabalho que realizam, e isto é o principal motor que os mantém com entusiasmo e bastante determinação, e isto os faz os melhores vendedores de seus produtos e serviços, pois tem o conhecimento, como nenhum outro, de como fazê-lo
São independentes e constroem o próprio destino	Anseiam estar sempre a frente das mudanças e serem os responsáveis pelo próprio destino, sendo independentes, frequentemente, querem criar algo novo, ser o próprio patrão e gerar empregos, ao invés de ser empregados
Ficam ricos	O sucesso financeiro não é o objetivo principal dos empreendedores, mas acreditam que o dinheiro é decorrência do esforço e sucesso dos negócios.
São líderes e formadores de equipes	Apresentam um traço de liderança incomum e creem que o investimento na sua equipe é passo essencial para o sucesso
São respeitados e adorados por seus funcionários	Como líderes, valorizam, estimulam e recompensam os funcionários de forma correta, desenvolvem um time, pois acreditam que para conseguir conquistar o sucesso dependem de uma equipe de funcionários competentes. Sabem onde buscar as melhores pessoas

	para assessorá-los nas áreas onde não detém o melhor conhecimento para completar suas necessidades
São bem relacionados (<i>networking</i>):	Sabem estabelecer uma rede de relacionamentos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, junto aos clientes, fornecedores e entidades de classe
São organizados	Sabem como gerir os recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos de forma racional, sempre em busca do melhor desempenho do negócio
Planejam, planejam e planejam	Todos os passos do negócio tem um planejamento por parte do empreendedor, desde às primeiras ideias para o plano de negócios, até a apresentação do plano aos investidores, passando pelas definições estratégicas de <i>marketing</i> , etc., Sempre tendo como parâmetro a visão do negócio
Possuem conhecimento	Empreendedores estão em busca de novos conhecimentos, pois sabem que aumentaram suas chances de sucesso aumentando o domínio dos assuntos do ramo de seus negócios. Esses conhecimentos podem ser assimilados de diversas maneiras, como na própria experiência pratica, em publicações especializadas, cursos ou até mesmo com conselhos de pessoas que trabalham em empreendimentos similares.
Assumem riscos calculados	Provavelmente a característica mais comum entre os empreendedores, admitir correr riscos calculados e saber gerir o risco, avaliando as reais chances de obtenção de êxito. Assumir riscos está associado com desafios, e para o empreendedor, quanto mais desafiador, mais estimulante é a jornada empreendedora.
Criam valor para a sociedade	Empregam seu capital intelectual não só para benfeitoria própria, mas também para criar valor para a sociedade, com geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida da sociedade.

Fonte: Dornelas (2016) adaptado.

Apesar disso, para Finkelstein (2007), alguns comportamentos apresentados pelo empreendedor podem ser a razão do insucesso do negócio. O autor lista algumas características do comportamento de empreendedores, expostas como sete costumes de pessoas malsucedidas:

- a) Veem a si mesmos e as suas empresas como dominadores do ambiente;
- b) Identificam-se tanto com a empresa que não há limites claros entre seus interesses pessoais e os da organização;
- c) Acham que têm todas as respostas; eliminam impiedosamente todos que não os seguem fielmente;
- d) São porta-vozes perfeitos da empresa, obcecados com sua imagem;
- e) Subestimam grandes obstáculos;
- f) Apegam-se obstinadamente ao que deu certo no passado.

Já Dotlich e Cairo (2004) apontam outras características que os empreendedores podem apresentar que encaminham os negócios para o fracasso:

arrogância; melodrama; cautela; ceticismo; perfeccionismo; obsessão; introspecção; excentricidade.

Além disso, Smith (1967 *apud* Chiavenato 2012) consegue diferenciar alguns tipos de empreendedores em seus estilos de fazer negócio. Em resumo apresenta dois estilos básicos que estão em extremidades opostas.

Primeiro estilo apresentado por Smith (1967 *apud* Chiavenato 2012) é o “empreendedor artesão”: situado em um extremo, o conceito é um indivíduo que começa um novo negócio que tem habilidades técnicas e um pouco de conhecimento no que se refere à gestão deste negócio. Sua capacitação educacional se resume ao treinamento técnico e, com isso, detém experiência prática no trabalho, contudo não tem a habilidade de boa comunicação, avaliação do mercado, tomar decisões e gerir o negócio. No processo decisório seu foco é caracterizado por:

- a) Ter uma orientação de tempo de curto prazo, com pouco planejamento para o futuro crescimento ou mudança;
- b) Ser paternalista, ou seja, dirigir o negócio da forma como dirigiria sua própria família;
- c) Relutar em delegar autoridade, é centralizador;
- d) Usar uma ou duas fontes de capital para abrir sua empresa;
- e) Definir a estratégia de *marketing* em termos de preço tradicional, da qualidade e da reputação da empresa;
- f) Esforçar-se nas vendas basicamente por motivos pessoais.

O empreendedor artesão é geralmente o mecânico que inicia uma oficina de forma independente, o pizzaiolo que abandona a pizzeria que trabalha e monta uma nova em outro local aproveitando sua experiência profissional e mudando o destino de sua carreira. Se não buscar um desenvolvimento profissional e cultural, não deixará de ser um fornecedor de mão-de-obra ou de trabalho especializado (SMITH (1967 *apud* CHIAVENATO 2012)).

No outro extremo da análise aparece o empreendedor oportunista: é aquele indivíduo que obtém a educação técnica baseada em estudos de temas mais extensos, como administração, economia, legislação ou línguas. Em busca constante de conhecimento. Caracteriza-se por:

- a) Evitar o paternalismo na condução da equipe;
- b) Delegar autoridade às pessoas necessárias para o crescimento;

- c) Empregar estratégias de *marketing* e esforços de vendas mais variados;
- d) Obter capitalização original de mais de duas fontes de dinheiro;
- e) Planejar o crescimento futuro do negócio;
- f) Utilizar sistemas de registro e controle, orçamento apropriado, oferta precisa e pesquisa sistemática de mercado. (SMITH (1967 *apud* CHIAVENATO 2012)).

Estes estilos de empreendedores compõem dois extremos no enfoque gerencial. Em um lado está o artesão, que deixa a imaginação fluir e conhece bem o produto. No outro está o administrador com mais experiência e bem instruído, que emprega procedimentos gerenciais sistemáticos, dando uma abordagem científica na gestão do empreendimento (SMITH (1967 *apud* CHIAVENATO 2012)).

Entretanto, nem todo indivíduo que empreende está em busca de novas metas ou objetivos na vida. Muitos empreendedores entram no mundo dos negócios a fim de fugir de algum fator ambiental. Knight (1980 *apud* Chiavenato 2012) destacou alguns fatores ambientais que estimulam as pessoas a começar um novo negócio e rotulou tais empreendedores de refugiados:

- a) Refugiados estrangeiros: São indivíduos que fogem por motivos de restrições políticas, religiosas ou econômicas que sofriam em seus países de origem. Muitas vezes sofrem preconceitos ou tem desvantagem em relação a cultura, língua, entre outros na hora de buscar emprego em outros países, e por isso buscam iniciar um novo negócio;
- b) Refugiados corporativos: São aqueles não adaptados ao ambiente burocrático existente nas médias e grandes empresas e fogem iniciando negócios próprios. Ao vivenciarem nas organizações um ambiente não agradável de trabalho, onde os processos de decisão são centralizados, algumas vezes de péssimo clima organizacional, vislumbram uma oportunidade de saírem deste problema através da criação de um novo negócio;
- c) Refugiados dos pais: São indivíduos que se afastam da família para demonstrar aos pais que são capazes de viver de forma independente;

- d) Refugiados do lar: São pessoas que entram no mundo dos negócios após o crescimento dos filhos ou quando já não sentem obrigação com as responsabilidades de casa;
- e) Refugiadas feministas: Mulheres com espírito independente que se sentem discriminadas ou com restrições dentro das organizações e partem para dirigir um negócio de forma independente;
- f) Refugiados sociais: São pessoas que não compartilham da cultura que prevalece nas empresas e procuram uma nova atividade como empreendedor;
- g) Refugiados educacionais: São indivíduos que não querem buscar cursos acadêmicos e decidem iniciar um novo negócio.

Os sete perfis expostos abaixo compreendem a natureza básica de vários negócios, assim como as probabilidades de sucesso e as probabilidades de fracasso de um empreendimento. De acordo com Tranjan (2010) são os seguintes:

- a) O guerreiro: é muito admirado pela sociedade devido a, principalmente, ser um profissional múltiplo, que possui habilidades para exercer diversas funções. Extremamente combativo, o perfil guerreiro se prepara para competir e delinear seu território. Está disposto a passar por cima de valores e princípios para alcançar seus objetivos, pois, para ele, o ambiente de trabalho é prático, sucinto e objetivo, sem lugar aparente para filosofias. A empresa que ele costuma constituir possui muitos conflitos e problemas de relacionamento;
- b) O jogador: para este perfil de empreendedor não basta competir, o importante mesmo é vencer, pois não admite derrota. O jogador está em busca dos melhores funcionários dos concorrentes e tenta atraí-los e se puder adquire a empresa concorrente;
- c) O curioso: este perfil não considera o mercado como um ambiente ameaçador, mas sim como território a ser desbravado, pois tem ciência que ali tem várias oportunidades e sua função, como empreendedor, é encontrá-las;
- d) O perito: apresenta um conjunto de competências que considera úteis ao mercado à medida que pesquisou, estudou e preparou-se. Acredita que o mercado seja um local que abriga várias necessidades e seu papel é realizar a conexão entre elas e suas competências.

- e) O artista: segundo este perfil, o mercado é uma tela em branco, onde tudo pode ser feito, e considera o trabalho um jeito de expressar a arte. No seu entendimento o cliente é alguém que necessita ser encantado todos os dias. O mercado serve de inspiração para o perfil artista avistar as oportunidades para suprir a necessidade dos clientes.
- f) O solidário: este perfil de empreendedor compreende que o mercado é o local perfeito para prestar ajuda e realizar serviços de solidariedade. Busca ganhar dinheiro enquanto realiza o bem, tendo como valores fundamentais a ética e a integridade, sem esquecer a importância do lucro. Recruta uma equipe comprometida com estes mesmos valores e geralmente tem uma forte relação com clientes e fornecedores.
- g) O cultivador: este perfil acredita que é apenas uma engrenagem de uma obra maior, e que sua missão no mundo é fazer a diferença, tendo com prioridade plantar para depois colher. Para o cultivador os empreendimentos são feitos para unir as pessoas na busca por um mundo melhor.

Comércios empreendidos por guerreiros e jogadores geralmente sofrem com problemas acarretados pela falta de confiança entre os funcionários e baixo nível de compromisso, motivação e desempenho, além de guerreiros atrair guerreiros e jogadores atrair jogadores, o que os tornam vítimas de seus próprios ideais.

Os empreendedores curiosos, peritos e artistas apreciam a curiosidade, a criatividade e o conhecimento, difundindo nas empresas comprometimento com os propósitos e confiança nos relacionamentos.

Os empreendedores que exibem o perfil solidário e o perfil cultivador são empreendedores especiais que percebem que o papel de empreender está ligado diretamente à função de somar coisas novas à humanidade.

Em seguida é apresentado quadro 3 com as características e tipologias acima abordadas:

Quadro 3 – Características e tipologias empreendedoras abordadas

Características	Autor (es)
Identificar novas Oportunidades	Schmidt e bohnberger (2009); Chiavenato (2012); Drucker (1986); SEBRAE (2013); Dornelas (2016),
Criatividade	Schmidt e bohnberger (2009).
Pró- Atividade	Schmidt e bohnberger (2009); De Souza et al. (2013); SEBRAE (2013),

Inovação	Schmidt e bohnemberger (2009); Drucker (1986)
Organização	Schmidt e bohnemberger (2009); Dornelas (2016),
Assumir riscos	Schmidt e bohnemberger (2009); Chiavenato (2012); Dornelas (2016); Drucker (1986),
Grande vontade de ser seu próprio patrão	Chiavenato (2012)
Trabalhar com o que gosta	Chiavenato (2012)
Anseio pessoal de ser reconhecido	Chiavenato (2012)
Forte vontade de conquistar um patamar financeiro	Chiavenato (2012); Dornelas (2016),
Estabelece Metas	Drucker (1986),
Monitoramento de forma sistêmica	Drucker (1986); SEBRAE (2013),
Persistência	Drucker (1986); De Souza et al. (2013); SEBRAE (2013)
Comprometimento	Drucker (1986); SEBRAE (2013)
Persuasão	Drucker (1986); SEBRAE (2013),
Exigência com a qualidade	Drucker (1986); Chiavenato (2012); SEBRAE (2013)
Independente	Drucker (1986); Dornelas (2016),
Autoconfiante	Drucker (1986); SEBRAE (2013); Rotter(1966)
Flexibilidade	De Souza et al. (2013)
Integridade	De Souza et al. (2013)
Liderança	De Souza et al. (2013); Dornelas (2016),
Negociação	De Souza et al. (2013)
Capacidade de planejamento	De Souza et al. (2013)
Resistência à Frustração	De Souza et al. (2013)
Sensibilidade Administrativa	De Souza et al. (2013)
Necessidade de realização	Chiavenato (2012)
Busca de informação	SEBRAE (2013),
Eficiência	SEBRAE (2013),
Influência	SEBRAE (2013),
Reconhecimento das próprias Limitações	SEBRAE (2013),
Assertividade	SEBRAE (2013),
Perícia	SEBRAE (2013),
Planejamento	SEBRAE (2013); Dornelas (2016),
Resolução de problemas	SEBRAE (2013),
Visionários	Dornelas (2016),
Saber tomar decisões	Dornelas (2016),
Fazer a diferença	Dornelas (2016),
Determinado	Dornelas (2016),
Otimista	Dornelas (2016),
Formador de equipe	Dornelas (2016),
Respeitado e adorado por seus funcionários	Dornelas (2016),
Bem Relacionados	Dornelas (2016),
Criação de valor para Sociedade	Dornelas (2016),

Veem a si mesmos e às suas empresas como dominadores do ambiente	Finkelstein (2007),
Não há limites claros entre seus interesses pessoais e os da organização	Finkelstein (2007),
Acham que tem todas as respostas	Finkelstein (2007),
Obcecados com sua imagem	Finkelstein (2007),
Subestimam grandes obstáculos	Finkelstein (2007),
Apegam-se obstinadamente ao que deu certo no passado.	Finkelstein (2007),
Arrogância	Dotlich e Cairo (2004)
Melodrama	Dotlich e Cairo (2004)
Cautela	Dotlich e Cairo (2004)
Ceticismo	Dotlich e Cairo (2004)
Perfeccionismo	Dotlich e Cairo (2004)
Obsessão	Dotlich e Cairo (2004)
Introspecção	Dotlich e Cairo (2004)
Excentricidade	Dotlich e Cairo (2004)
Tipologia	Autor
Empreendedor artesão	SMITH (1967) apud CHIAVENATO (2012)).
Empreendedor oportunista	SMITH (1967) apud CHIAVENATO (2012)).
Refugiados estrangeiros	Knight (1980) apud Chiavenato (2012)
Refugiados corporativos	Knight (1980) apud Chiavenato (2012)
Refugiados dos pais	Knight (1980) apud Chiavenato (2012)
Refugiados do lar	Knight (1980) apud Chiavenato (2012)
Refugiadas feministas	Knight (1980) apud Chiavenato (2012)
Refugiados sociais	Knight (1980) apud Chiavenato (2012)
Refugiados educacionais	Knight (1980) apud Chiavenato (2012)
Guerreiro	Tranjan (2010)
Jogador	Tranjan (2010)
Curioso	Tranjan (2010)
Perito	Tranjan (2010)
Artista	Tranjan (2010)
Solidário	Tranjan (2010)
Cultivador	Tranjan (2010)

Fonte: Feito pelo autor (2017).

Conforme explanado, há inúmeras características e tipologias que evidenciam o comportamento empreendedor e corroboram na conquista de seus objetivos profissionais e pessoais na caminhada empreendedora. Diante isto será feita uma observação fílmica para a intercessão das características e tipologias com o empreendedor.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho tem como objetivo geral analisar as características empreendedoras de Walt Disney presentes no filme “*Walt Antes do Mickey*”. Para isso é utilizada a abordagem qualitativa como método de pesquisa. Conforme afirmam Bogdan e Biklen (1994), a escolha dessa abordagem ocorre pela importância da metodologia nos estudos observacionais, uma vez que a pesquisa qualitativa envolve o alcance de dados descritivos, conseguidos no contato direto do pesquisador com o caso estudado, ressalta o processo do que é o produto e se preocupa em retratar o ponto de vista dos participantes.

O método de pesquisa escolhido, por conseguinte, é o estudo de caso que, segundo Godoy (1995), se caracteriza como uma forma de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa intimamente, busca uma análise detalhada de um ambiente, de um simples sujeito ou de uma situação em particular. Não deve, porém, ser confundido com o "método do caso", que compõe uma estratégia de ensino vastamente divulgada no curso de Administração.

Segundo Yin (1989, p23), este formato metodológico:

é uma forma de se fazer pesquisa empírica que investiga fenômenos contemporâneos dentro de seu contexto de vida real, em situações em que as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não estão claramente estabelecidas, onde se utiliza múltiplas fontes de evidência.

Com o objetivo de aprofundar a definição de um fenômeno específico, o investigador pode escolher pelo estudo de situações peculiares (parecidas a muitas outras do mesmo tipo) ou não usuais (casos extraordinários).

O método de pesquisa escolhido tem se tornado a alternativa predileta quando os pesquisadores buscam responder às questões "como" e "por quê" certos fenômenos acontecem, quando há pouca pela possibilidade de controle sobre os eventos estudados (GODOY, 1995). Dessa forma, o caso estudado é o do empreendedor Walt Disney cuja carreira se estendeu a produtor cinematográfico, cineasta, diretor roteirista, dublador, animador. O empreendedor foi co-fundador da *Walt Disney Company*, hoje, uma *holding* que abrange vários empreendimentos como parques temáticos, hotéis, estúdios de cinema e canais de televisão.

Walt Disney é considerado um empreendedor de sucesso que deixou um legado no entretenimento mundial. A análise das características empreendedoras de

Walt Disney podem demonstrar conceitos essenciais aos empreendedores para obter êxito em seus negócios.

O método de coleta de dados é a observação fílmica que, na compreensão de Martins e Theóphilo (2009, p. 86),

[...] consiste em um exame minucioso que requer atenção na coleta e análise das informações, dados e evidências. Para tanto, deve ser precedida por um levantamento de referencial teórico e outras pesquisas relacionadas ao estudo.

Por reunir estas características, a estratégia de observação foi apreciada por Bailey (1994), categoricamente superior às estratégias de questionário, experimento ou análise de documentos para o estudo de comportamento não verbal.

Assim, a escolha da estratégia de coleta de dados presente nesse estudo foi à observação fílmica, respaldada pelo estudo observacional indireto e não participante. A utilização dessa estratégia de observação não participante é defendida por Flick (2004) que aceita a análise fílmica como uma estratégia em que o observador tem uma tendência a não influenciar o fenômeno observado, pois ele estabelece os significados para si mesmo, a partir de suas pressuposições e acaba por direcionar as ações dos atores da forma como ele as percebe.

A observação fílmica é bastante utilizada em estudos de áreas distintas do conhecimento, como no jornalismo, algo que pode ser observado nas considerações científicas de Melo (2014) que trás um estudo sobre a temática *Polícia versus Bandido* fazendo a observação do filme “*Tropa de Elite*”, ou no campo historiográfico, como percebido na análise de Oliveira (2014) cujo estudo se alicerça na análise história social, com ênfase no gênero, do o filme “*Cleópatra*”.

Na Administração, este tipo de observação tem sido feito para abordar diversos assuntos. Araújo e Tomei (2012) abordam a ética corporativa e o cenário competitivo segundo observação do filme “*O Corte*”, já Machado e Bezerra (2010) fazem uma análise dos aspectos fundamentais da terceirização sob a perspectiva do filme “*Avatar*”.

Denzin (2004) revela um conjunto de princípios organizativos para a realização de pesquisa de documentos visuais, embora ressalte que estes necessitem ser adaptados de acordo com a necessidade do pesquisador em questão. Foram seguidas as quatro fases indicadas pelo autor neste estudo:

- a) olhar e sentir, procurando identificar padrões de significado e registrar as impressões;
- b) formular a pergunta de pesquisa ou o objetivo;
- c) realizar uma micro análise cena a cena, descrevendo-as detalhadamente;
- d) após ver o filme quantas vezes necessárias, descrever os dados observados de forma a atingir o objetivo proposto.

Esta metodologia é utilizada para o estudo de Walt Disney para fazer a inferência do referencial teórico com a observação fílmica.

4 RESULTADOS

Esta sessão apresenta uma breve história da vida de Walt Disney e as análises sobre o filme “Walt antes do Mickey”.

4.1 Sobre o Empreendedor

Walter Elias Disney nasceu em 5 de dezembro de 1901 na cidade de Chicago, filho de Flora e Elias Disney, foi o quarto filho da família. Já nos primeiros anos de sua infância, o pai de Walt, angustiado com a violência da cidade de Chicago, decidiu mudar-se para uma cidade do interior, chamada Marceline, onde passou a maior parte de sua infância na qual Walt demonstrava sua imaginação como característica marcante (NARDER, 2014).

Walt Disney, durante sua vida, exerceu várias atividades e frequentou escolas de arte como a Academia de Arte de Chicago (ESTADO DE S. PAULO, 1966). Aos 19 anos, Walt começou a trabalhar como cartunista em um jornal da cidade, onde conheceu desenhistas habilidosos e começou a produzir animações curtas para companhias locais. Posteriormente, decidiu mudar-se, com sua pequena equipe, para Los Angeles, considerado o berço do cinema americano. Walt Disney criou um personagem que obteve grande sucesso no período, chamado Coelho Oswald, porém foi enganado pela *Universal Studios* e vendeu os direitos autorais do coelho para a empresa. Após isso, a Universal resolveu contratar toda a equipe de cartunistas de Walt com um salário dobrado e tomou de vez seu personagem de sucesso. Na viagem de volta a Los Angeles, Walt pensava a respeito dos tempos de miséria em sua vida, quando morava em um escritório que nem banheiro havia e que seu único amigo era um camundongo que vinha comer suas migalhas. Neste mesmo momento Walt começou a desenhar e criou Mickey Mouse (NARDER, 2014).

Walt Disney criou, naquela ocasião, nos estúdios da *Walt Disney Productions*, as primeiras curtas metragens do Mickey, todos acrescidos de sons, considerado uma inovação para a época, 1928. Adiante, Walt começou a fazer desenhos coloridos, característica que demonstra que ele quis ser pioneiro nas inovações do seu ramo. O primeiro longa-metragem produzido por Walt foi *Branca de Neve*, devido à sua experiência com o filme na infância. Este foi o primeiro longa metragem criado completamente em desenho e muitos críticos da época afirmavam

que tal modalidade jamais iria funcionar. Contrariando todas as perspectivas, Branca de Neve foi sucesso absoluto, que rendeu um lucro de 2,7 bilhões de dólares ao *Walt Disney Productions*. Com esse dinheiro construíram um moderno estúdio nas redondezas de Los Angeles (NARDER, 2014).

Em 1955, Disney, como num passe de mágica cria o seu maior empreendimento: a Disneylândia da Califórnia, fabuloso parque de diversões que abrange inicialmente, uma área de 64 hectares. Foi Inaugurada em 17 de julho de 1955, e custou 17 milhões de dólares (ESTADO DE S. PAULO, 1966).

Walt Elias Disney faleceu no dia 15 de dezembro de 1966, em Los Angeles, Califórnia. Seu corpo foi cremado e suas cinzas estão no Forest Lawn Memorial Park, Glendale. Morreu antes da inauguração do parque Walt Disney World, na Flórida, que foi inaugurado em 1971 (NARDER, 2014).

4.2 Walt Antes do Mickey: Sinopse

Walt antes do Mickey é sobre os primeiros anos da Walt Disney. Escrito por Timothy Susanin e Diane Disney Miller, filha de Walt Disney.

Por dez anos antes da criação de Mickey Mouse, Walt Disney lutou, falhou e, eventualmente, dominou a arte e os negócios da animação. A maioria das biografias de sua carreira começa em 1928, quando *Steamboat Willie* foi lançado. Esse primeiro *cartoon* da *Disney Studio* com som sincronizado fez seu personagem principal - Mickey Mouse - um ícone para gerações.

Mas *Steamboat Willie* não foi nem o primeiro desenho da Disney nem a primeira aparição de Mickey Mouse. Antes desta realização inovadora, Walt Disney trabalhou vários locais e estúdios, refinando o que seria conhecido como o estilo da Disney. Em "Walt antes do Mickey": Primeiros anos de Disney, 1919-1928, Timothy Susanin cria um retrato do artista de dezessete anos à cúspide de seu renome internacional.

Depois de servir na Cruz Vermelha na França após a Primeira Guerra Mundial, Walt Disney trabalhou para publicidade e arte comercial em Kansas City. Walt usou essas experiências para criar quatro estúdios – *I Works Disney*, *Laugh-O-gram Films*, *Disney Brothers Studio* e *Walt Disney Studio*. Usando documentos da empresa, correspondência privada entre Walt e seu irmão Roy, contas de jornal

contemporâneo e novas entrevistas com os associados da Disney, Susanin traça o caminho da Disney.

O autor mostra Disney sendo um homem complicado, engenhoso, especialmente durante sua carreira adiantada. Walt antes do Mickey, uma biografia crítica de um homem em uma conjuntura crucial, fornece a "década ausente" que começou a carreira de Walt Disney e deu-lhe as habilidades para se tornar um nome conhecido em todo o mundo.

4.3 Análise de Walt Antes do Mickey

O Filme conta a história de Walt Disney desde a época da infância que morava em uma fazenda em Marceline (EUA) junto a seus pais, sua irmã e seu irmão Roy Disney. E foi exatamente nesta época que Walt, com 7 anos, começou a ter interesse por desenhar, após ganhar um livro de desenho de uma tia. Com seu pai, ainda na cidade, aprendeu a ser honesto, ter uma boa reputação e ainda, pelo exemplo, como correr riscos, trabalhar arduamente e ter persistência. Porém, nunca foi compreendido por seu pai na sua paixão por desenho, vivia desenhando no celeiro da fazenda e sendo fortemente repreendido. Entretanto seu irmão Roy sempre o encorajava para fazer o que gostava.

Desde cedo, Walt aprende com o exemplo de seu pai características consideradas importantes para Schmidt e Bohnenberger (2009), Chiavenato (2012) e Dornelas (2016) que destacam que a disposição de correr riscos do empreendedor é essencial, como também a persistência, considerado fator essencial por Drucker (1986) e SEBRAE (2013).

Após o pai do empreendedor ser acometido por uma doença, a família vendeu a fazenda e mudou-se para Kansas City. Lá, Walt começou a atuar junto a seu amigo Walter formando a dupla "Os dois Walts". Eles começaram interpretando Charlie Chaplin, mas já na primeira apresentação foram vaiados e Walt Disney foi, novamente, censurado por seu pai que não gostava do "Show Business". Por essa insatisfação, o pai de Walter consegue, no dia seguinte, um emprego para ele no cinema da cidade. A trajetória do jovem Walt demonstra que a iniciativa esteve presente na sua vida, atributo descrito por De Souza *et al* (2013) e SEBRAE (2013) como sendo proativo e agindo de forma coerente com a realidade da época.

Trabalhando no cinema aos 13 anos, Walt percebeu que um quadro da cena de um filme era apenas uma imagem, neste momento ele viu a oportunidade de fazer animação, decidiu que gostaria de fazer isto por toda a vida, mesmo sendo repreendido por seu pai em casa e até por sua professora na escola. Ainda em sua juventude Walt conseguia identificar oportunidades dentro da área do que gostava de fazer que, segundo Chiavenato (2012), são fatores que engajam as pessoas ao empreendedorismo.

Aos 16 anos, Walt abandonou o colégio para se alistar na Marinha durante a guerra, mas foi rejeitado por ser menor de idade, então se alistou para ser motorista de ambulância na Cruz Vermelha. Mesmo lá, Walt continuou a desenhar e quando voltou a Kansas City, seu irmão Roy lhe conseguiu uma entrevista de emprego em que Walt afirma que estudou desenhos no *Kansas City Art Institute* e em Chicago, apresentou os desenhos que fez durante a guerra e foi contratado por um período de experiência. Walt já demonstra ter ido de encontro com o conhecimento para se qualificar ainda mais no que gosta de fazer, assim como destaca Dornelas (2016).

Durante a semana de experiência, Walt Disney demonstrou compromisso, atributo explanado por Drucker (1986) e SEBRAE (2013) e determinação – observado por Dornelas (2016) – no trabalho a fim de ser efetivado no cargo de desenhista. Foi no estúdio do Sr. Pesman, que Walt conheceu Ub Iwerks, com quem trabalhava. Walt trabalhou lá por seis semanas, período em que aprendeu um pouco sobre o mundo dos negócios de animação, onde Walt novamente buscou conhecimento nas experiências vividas, de acordo com Dornelas (2016), contudo, Sr. Pasman perdeu uma conta muito grande e Walt acabou demitido.

Tempos depois, Walt se reencontra com Ub, que também foi dispensado, e segundo Walt quem gerenciava o estúdio não tinham visão, pois tinham demitidos os dois desenhistas mais dedicados. Nesse encontro Walt propôs a Ub a criação de um estúdio próprio, visualizando outra vez oportunidades a serem aproveitadas, trabalhando com o que gosta e de forma independente, Chiavenato (2012), Drucker (1986), Dornelas (2016).

Apesar de não saber muito sobre como administrar Walt acreditava que com a união do seu talento com o de Ub conseguiriam chegar longe, surgindo assim o estúdio I. Woks Disney, demonstrando ter uma visão de futuro bem definida, conforme aponta Dornelas (2016). Começar a empreender a partir dos seus

conhecimentos técnicos faz com que Walt se aproxime das características do empreendedor artesão destacadas por Smith (1967) apud Chiavenato (2012).

Com o pensamento de colocar a empresa para funcionar, Walt tomou a iniciativa, característica necessária para autores como De Souza *et al* (2013) e SEBRAE (2013), de alugar um local de trabalho. Onde todos viam um celeiro Walt via a sede da *Woks Disney*. Para começar a empresa Walt, sempre com muito otimismo, propõe fazer a animação de uma nova forma, um método mais atual que o habitual, indicando, mais uma vez, ser um visionário (DORNELAS, 2016) e inovador (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Em busca de aumentar a produção da empresa, Walt convida Fred e Hugh para fazerem parte da equipe. A partir da ideia de fazer comédia com notícias do cotidiano, uma nova abordagem da animação. Com entrada de Fred e Hugh, Walt decide fazer uma animação para passar no cinema da cidade, já com um novo estúdio o *Laugh-o-Gram*, personalizado, sem ter a certeza que iria passar no Cinema, novamente demonstrando ser alguém que consegue identificar oportunidades e espírito inovador, como apontado por Schmidt e Bohnenberger (2009) Chiavenato (2012) Drucker (1986), SEBRAE (2013) e Dornelas (2016).

Ao encontrar com Newman, proprietário do cinema, Walt insiste para que ele assista sua produção, pois acreditava no seu trabalho, transparecendo ser persistente, Drucker (1986) e SEBRAE (2013). Ao conseguir fechar o negócio, Walt já estava imaginando novos temas para futuras animações. Porém, apenas após conversa com seu irmão percebeu que tinha falhado na negociação vendendo seus filmes a preço de custo.

Para custear a produção de novos trabalhos, vai em busca de um empréstimo com um médico amigo da família. Com o dinheiro Walt buscou uma nova sede para a *Laugh-o-Gram*. Com a demanda de novos filmes, surge também a necessidade de mais colaboradores, é quando se juntam ao grupo Friz e Rudy que havia ido à busca de um emprego que avistara no jornal, porém Walt aproveitou sua falta de experiência com animação para poder contar com Rudy na equipe sem lhe pagar salário em troca de treinamento, revelando o lado de formador de equipe de Walt, como citado por Dornelas (2016).

O *Laugh-o-Gram* fechou um acordo com a *Pictorial. Inc* para a produção de seis animações por um bom valor que só seria pago após a entrega dos produtos finalizados. Para financiar estas novas produções, Walt vai à busca de dinheiro com

o proprietário do cinema que não lhe pagava havia mais de um mês, porém sem sucesso. Walt deixa de pagar algumas contas, a fim de produzir os filmes, evidenciando seu comprometimento com os contratos de trabalho firmados, característica semelhante aquela reportada pelo SEBRAE (2013), entre elas o aluguel de sua casa de onde é despejado.

Ub, Rudy e Friz reconhecem todo esforço feito por Walt e se prontificam a ajudar em algumas despesas até a normalização das finanças, sendo *respeitado* e admirado pelos funcionários, características inerentes ao empreendedor (DORNELAS, 2016).

No entanto, as finanças da empresa não melhoram em curto prazo, os salários já não são pagos da forma correta e alguns funcionários abandonam o *Laugh-o-Gram* alegando falta de pagamento, restando apenas Walt, Rudy e Ub. Eis que Walt recebe um telegrama que torna pior a situação da empresa, a *Pictorial* declara falência e avisa que não poderá honrar com o compromisso de pagar pelos filmes que a empresa de Walt estava produzindo.

Neste momento difícil, Walt se lembra de uma lição que aprendeu com seu pai, “*sempre termine o que começou, e tudo que valha ser feito faça bem feito.*” Demonstrando necessidade de realização para satisfação pessoal, conforme apontado por Chiavenato (2012). Então Walt decide manter a produção de seus projetos em meio a toda dificuldade financeira. Novamente demonstrando persistência no que se propôs em fazer, características inerentes ao empreendedor de sucesso como registrado por SEBRAE (2013) e De Souza *et al.* (2013). Foi neste momento em que surgiu um rato, cujo Walt o fez de estimação.

Walt entendia que o sentimento de decepção poderia moldá-lo e ser a motivação para um novo começo. Ele decide entrar em contato com Margaret Jay Winkler, distribuidora de grandes sucessos como o “*Gato Félix*”, falando de uma de suas produções inacabadas, porém com grande potencial de sucesso, “*Alice no País das Maravilhas*”. Sempre em Busca de Oportunidade (SEBRAE, 2013). M.J Winkler gostou da ideia e decidiu ver a produção pronta, Walt, Rudy e Ub começam a trabalhar para finalizar a apresentação. Entretanto, uma nova ordem de despejo, agora da sede da empresa, além de uma petição de falência, levaram ao fim da *Laugh-o-Gram*, Walt acabou cometendo o erro de subestimar grandes obstáculos,

neste caso obstáculos financeiros, erro comum que resulta ao fracasso da empresa, segundo Finkelstein (2007).

Walt Disney se viu em uma situação muito difícil, solicitou ajuda financeira de seus pais, sem sucesso, em pouco tempo já estava sem dinheiro até para comida, a única coisa que lhe restava era seu amigo rato com quem dividia comida achada no lixo, até que um guarda o expulsa de uma calçada e acaba assustando o rato o fazendo fugir.

Ub encontra Walt que havia invadido a sede da *Laugh-o-Gram*, e lhe entrega uma câmera, Walt decide ir para a Califórnia, onde seu irmão Roy está internado, para isso vendeu o resto que tinha e comprou uma passagem para Los Angeles, levando consigo apenas o filme incompleto da “*Alice*” e um pouco de dinheiro que sobrou, mostrando ser resistente à frustração, não se deixando abater com as dificuldades conforme destacado por De Souza *et al.* (2013) Walt foi recepcionado por seu tio Robert e sua tia Charlotte a quem arrendou um quarto.

Em visita ao seu irmão Roy, Walt pensara em desistir das animações, porém Roy o incentivou a buscar um novo emprego em um estúdio da cidade. Chegando para a entrevista Walt desiste e começa a ir ao estúdio apenas para observar o funcionamento e percebe diferenças em relação a forma como atuava em seus antigos estúdios. Neste momento Walt reafirma o sentimento que pode buscar o desenvolvimento a partir da sua própria iniciativa, sem a necessidade de um patrão, sendo independente. Características destacadas por Drucker (1986), Chiavenato (2012) e Dornelas (2016).

Então Walt resolve entrar em contato novamente com a M.J. Winkler para enfim mostrar lhe a historia de “*Alice*”, ainda sob desaprovação de seu tio Robert, tia Charlotte conseguiu dinheiro que ajudou a Walt a finalizar sozinho o Filme da “*Alice*”.

M.J Winkler fica impressionada com o desenho e decide encomendar 12 filmes da série “*Alice*”. Walt entende que, para um novo negócio prosperar, deve fazer uma distribuição das funções e que deve delegar a alguém a administração do negócio enquanto seu foco deveria estar na produção. Ao convencer Roy, Walt funda um novo estúdio em Los Angeles, o Disney Brothers Studio convidando todos os antigos colaboradores da *Laugh-o-Gram* para fazerem parte do novo estúdio.

Com a grande demanda da série da “*Alice*”, Walt necessita aumentar o número de colaboradores, primeiro indo atrás de uma nova menina para ser Alice, depois novas pessoas para trabalhar com preenchimento, que é quando se juntam

ao grupo Lilian Bounds e Bridgit, que foi apenas acompanhar a Srta. Bounds na entrevista, mas com a necessidade de mais pessoas foi convencida a trabalhar no estúdio. Porém, já nestas contratações, Walt dava indícios que interferiria na administração de Roy, por estar interessado na beleza de Lilian Walt acaba concordando pagar um salário mais alto que o estipulado por Roy, deixando nítido que os interesses pessoais de Walt estavam interferindo nos interesses da empresa, comportamento perigoso conforme Finkelstein (2007).

Com o sucesso, M. J. Winkler acabou registrando os direitos autorais de “*Alice*” deixando assim a *Disney Brothers*, que neste momento estava apenas pagando seus custos, com o que arrecadava, sem nenhuma possibilidade de arrecadação fora o contrato já firmado, deixando Walt bastante irritado com a postura do estúdio contratante.

Em um telefonema, Charles Mintz, casado com a Sra. Winkler, critica a qualidade dos produtos desenvolvidos pelo estúdio de Walt e resolve colocar seu cunhado, George Winkler, na equipe do Disney Brothers para cuidar da qualidade, porém a verdadeira intenção era outra. George acaba prejudicando o trabalho de Walt.

Lilian Bounds compartilhava dos mesmos pensamentos que Walt, em relação a trabalho e a vida. Trabalhando juntos começaram um romance e Walt resolve se casar com Lilian.

Walt tem uma preocupação em relação ao nome de seu estúdio, segundo ele o nome remetia que a estrela do estúdio seria o irmão mais velho, no caso Roy. Walt entendia que o estúdio deveria levar seu nome para que aparecesse nas apresentações de suas animações. Após longa discussão com Roy, eles decidem mudar o nome do Disney Brothers para Walt Disney. O que demonstra o anseio pessoal por reconhecimento de Walt na busca de obter prestígio como Chiavenato (2012) destaca.

Walt Disney cria um novo personagem, o “*Coelho Osvaldo*”, e começa a desenvolver sua ideia com a equipe. Porém o “*Coelho Osvaldo*” vai receber o mesmo tratamento em relação aos direitos autorais de “*Alice*”.

George Winkler começa a desestabilizar a equipe do Walt Disney, que começa a sofrer por pagamentos irregulares devido a interferências de Walt no controle financeiro da empresa, sempre em busca de uma melhor qualidade,

convidando integrantes para sair da empresa. SEBRAE (2013) E De Souza *et al.* (2013) frisam que a busca e exigência pela alta qualidade é algo comum entre empreendedores de sucesso, porém no caso de Walt esta procura veio de forma a debilitar as finanças da empresa.

Desgastados com a forma que Walt lhes cobrava junto a falta de pagamentos, Friz e Rody decidem deixar Walt Disney. Com a equipe desfalcada, Charles decide se favorecer cada vez mais demonstrando arrogância com as criações de Walt e faz uma proposta considerada baixa por Walt e pede a sua presença em Nova York, que viaja com Lilian, sua esposa.

Enquanto Walt viajava, Charles e George desfalcaram ainda mais a equipe com as saídas de Fred, Hugh e uma componente da equipe de preenchimento tentando levar também Ub que se mantém fiel ao Walt Disney.

Em Nova York, Charles reitera sua proposta sem dar chances de Walt negociar, então Walt pede 24 horas para pensar sobre a proposta. Walt aproveita para tentar negociar diretamente com as distribuidoras sem o *Winkler Studio* como intermediário. Walt negociou com a MGM e Universal sem sucesso. Decepcionado, Walt decide aceitar a proposta de Charles, mas antes pede para revisar o contrato, onde encontra cláusulas, que não estavam na negociação inicial, em que passava todos os direitos autorais dos estúdios Walt Disney para o Charles sendo remunerado semanalmente por um valor que Walt considerava baixo.

Diante desse contrato Walt decide não mais aceitar a proposta e decide que seguirá com o trabalho em seu estúdio sem intermédio de Charles, trocando a segurança pela vontade de fazer acontecer com seu próprio esforço reafirmando sua disposição a correr riscos, ser seu próprio patrão, trabalhando de forma sendo ele mesmo o protagonista de sua carreira, de acordo com Schmidt e Bohnenberger (2009), Drucker (1986), Chiavenato (2012), Dornelas (2016).

Durante a viagem de volta para Los Angeles, Walt recordou a primeira vez em que ganhou dinheiro, alguns centavos, em troca de um desenho revivendo a importância do trabalho reconhecido pelo seu talento e decidindo que enquanto viver, não trabalhará para ninguém. Tais atitudes de Walt o caracterizam como refugiado corporativo destacado por Knight (1980) *apud* Chiavenato (2012).

Chegando a Los Angeles, Walt acreditava que precisava criar um novo personagem que tivesse seus mesmos ideais. Walt apresenta a sua equipe, o personagem Mortimer, o rato, inspirado em seu amigo rato de Kansas City. Todos

gostaram da ideia, apesar de pouco recurso para produzir, Walt persistiu para que ele fosse produzido a fim de ser sua ultima tentativa. Ficando ainda mais explicito sua criatividade, persuasão, e disposição a riscos. Qualificando Walt como empreendedor artista segundo tipologia apresentada por Tranjan (2010).

Mesmo com uma boa ideia, o nome Mortimer não agradava, passava uma mensagem muito triste, foi quando Lilian sugeriu o nome Mickey, que agradou a todos da equipe. Assim surge o personagem que mudou a história de Walt Disney levando-o para um caminho de grande sucesso. Walt acredita que todas as adversidades que passou serviram para lhe fortalecer e lhe preparar para o momento certo.

A seguir, o Quadro 4 com as características apresentadas por Walt Disney no filme analisado:

Quadro 4 – Características e Tipologias empreendedoras de Walt Disney

Características	Autor (es)
Disposição a correr riscos	Schmidt e Bohnenberger (2009); Chiavenato (2012); Dornelas (2016); Drucker (1986),
Persistência	Drucker (1986); De Souza et al. (2013); SEBRAE (2013)
Iniciativa	De Souza <i>et al</i> (2013) e SEBRAE (2013)
Identificar novas Oportunidades	Schmidt e Bohnenberger (2009); Chiavenato (2012); Drucker (1986); SEBRAE (2013); Dornelas (2016),
Ir de encontro com o conhecimento	Dornelas (2016)
Comprometimento	Drucker (1986); SEBRAE (2013)
Determinação	Dornelas (2016)
Trabalhar com o que gosta	Chiavenato (2012)
Independente	Drucker (1986); Dornelas (2016).
Visionário	Dornelas (2016).
Inovação	Schmidt e Bohnenberger (2009) Drucker (1986)
Formador de equipe	Dornelas (2016).
Comprometimento com os contratos de trabalho firmados	SEBRAE (2013).
Respeitado e admirado pelos funcionários	Dornelas (2016).
Necessidade de realização para satisfação pessoal	Chiavenato (2012).
Subestimar grandes obstáculos,	Finkelstein (2007)
Resistente à frustração,	De Souza <i>et. al.</i> (2013)
Interferindo nos interesses da empresa,	Finkelstein (2007).
Busca de obter prestígio	Chiavenato (2012)
Busca e exigência pela alta qualidade	Drucker (1986); Chiavenato (2012); SEBRAE (2013)
Ser seu próprio patrão,	Dornelas (2016); Chiavenato (2012)
Tipologias	Autor (es)
Refugiado corporativo	Knight (1980) <i>apud</i> Chiavenato (2012).
Artista	Tranjan (2010).
Empreendedor artesão	Smith (1967) <i>apud</i> Chiavenato (2012).

Fonte: Feito pelo autor (2017).

Walt Disney apresenta em sua trajetória empreendedora, observada no filme, várias características que são consideradas importantes para o sucesso, bem como demonstra, de forma clara, se encaixar nas tipologias supracitadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral do estudo conduzido neste trabalho foi analisar as características empreendedoras de Walt Disney presentes no filme “*Walt Antes do Mickey*”, filme no qual conta a história de vida de Walt Disney da infância até a criação do Mickey, personagem cujo marcou o começo de uma história de sucesso. Foram propostos três objetivos específicos, atendidos das seguintes maneiras.

No primeiro objetivo específico, o trabalho buscou apresentar a trajetória empreendedora de Walt Disney que foi atendido com a análise do filme onde mostrou todos passos desde o primeiro emprego de Walt, passando pela criação dos 4 estúdios: – *I Works Disney, Laugh-O-gram Films, Disney Brothers Studio e Walt Disney Studio* até a criação do Mickey .

No segundo objetivo específico, o trabalho buscou identificar, na narrativa, elementos dos modelos e tipologias de empreendedores da literatura. Verificou-se no filme analisado que Walt Disney se caracteriza como um refugiado corporativo pela sua decisão de empreender para não ter que estar ligado a uma empresa, sendo seu próprio patrão. Outra tipologia que pode ser atribuída a Walt é a de empreendedor artesão, pois sua esperteza é na área de desenho e animação, não tendo muitas noções administrativas do negócio. Ainda pode atribuir a Walt o título de empreendedor artista, pois ele vê o mercado como local que possa comprar suas ideias criativas.

No terceiro e último objetivo específico, buscou-se traçar um perfil das características empreendedoras em Walt Disney e tipologias relacionadas. Walt, através da análise fílmica, pode ser caracterizado como um empreendedor visionário, criativo, sempre disposto a correr riscos, em busca de novas oportunidades. Walt mostrou uma grande capacidade de superar os fracassos sempre com otimismo. Sua preocupação com a qualidade e persistência também são características a serem relevadas na análise.

Verifica-se, portanto, que todos os objetivos do trabalho foram alcançados, de forma a fazer a análise do filme “Walt antes do Mickey” é possível estudar o comportamento empreendedor apresentando Walt Disney desde sua infância, passando por toda sua história de insucessos até chegando a criação de seu personagem que marcou o início do seu sucesso que resultou em um grande empreendimento mundial.

Os resultados de forma geral demonstram Walt Disney como um empreendedor sempre disposto a correr riscos, sempre acreditando em seus ideais e em seu potencial. Walt desde cedo soube com que gostaria de trabalhar e após seu primeiro emprego decidiu que seria seu próprio patrão, pois tinha um forte desejo de realizar seus projetos e ser reconhecido por eles, atingindo patamares financeiros maiores a partir das suas próprias ações.

Walt persistiu por vários momentos em suas ideias, soube superar várias frustrações e fracassos, que vivenciou algumas vezes em sua caminhada por ter cometido alguns erros como subestimar a barreira financeira, mas sem perder o foco do seu desejo maior de ser reconhecido no mundo das animações.

Uma das limitações acerca do uso da linguagem fílmica está relacionada à dimensão sentimento, pois, uma vez que essa dimensão está envolvida no processo de significação fílmica do indivíduo, exige extremo cuidado por parte do pesquisador, ao analisar e interpretar os resultados provenientes da experiência fílmica, para evitar, assim, pressuposições, generalizações ou induções. Contudo, salienta-se que algumas limitações, a exemplo daquelas próprias dos estudos observacionais indiretos e do uso das metáforas, podem ser destacadas como ponto de partida para um tratamento cauteloso dos resultados aqui obtidos e para o aprimoramento de investigações futuras no campo do empreendedorismo.

Para manutenção de uma agenda de pesquisa, reforça-se a possibilidade de aprofundamento com novas pesquisas científicas no campo do empreendedorismo, e em relação a Walt Disney confrontar as características identificadas no presente estudo com registros históricos de empreendedor e verificar a proximidade das duas realidades.

REFERÊNCIAS

AMARAL, I. G.; FREITAS, A. D. G.; ALAVERNGA, M. A. Projetos Educacionais e Estudos Observacionais em Análise Fílmica: Qual O Atual Status De Produção No Brasil? **Revista de Gestão e Projetos - GeP**, v. 3, n. 3, p. 215-250, set./dez. 2012.

ARAUJO, Fábio Francisco; TOMEI, Patricia Amélia. A ética corporativa e o cenário competitivo: uma análise dos dilemas éticos nas relações de trabalho contemporâneas a partir do filme “O Corte”(Le Couperet). **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 6, n. 3, 2012.

BAILEY, K. **Methods of social research**. 4.ed. New York: The Free Press, 1994. 588p.

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. **A. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica**. RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez. 2008.

BECKER, Cristiano Luis *et al.* Um Comparativo Do Perfil De Inovadores De Referência Internacional/A Profile Of Comparative International Reference Innovative. **Revista Inova Ação**, v. 3, n. 2, p. 53-69, 2015.

BERNARDO, Nathalia; VIEIRA, Edson Trajano; DE ARAUJO, Elvira Aparecida Simões. A RELEVÂNCIA DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE UM PAÍS. **Revista Científica on-line- Tecnologia, Gestão e Humanismo**, v. 2, n. 1, 2013.

BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. Investigação qualitativa em Educação: fundamentos, métodos e técnicas. **Investigação qualitativa em educação. Portugal: Porto Editora**, p. 15-80, 1994.

CAVALCANTE, T. N.; DANTAS, A. de B.; ARAUJO, R. M. N.; PEDRO J. S.; MENDONÇA, A. T. B. B. **Comportamento empreendedor de micro e pequenos de uma capital do nordeste brasileiro**. Revista UNIBEU, Belford Roxo, V.8, N.18, p 178- 195, Jan./abr. 2015

CHARRY, Geovanny P.. Empresarialidad y empresa: una aproximación desde la escuela austriaca. **Estudios Gerenciales**, v. 26, n. 115, p. 161-178, 2010.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4o Edição – Barueri, SP: Manole, 2012.

CUNHA, Ana Paula; ZANELATO, Guilherme Henrique. A INFLUÊNCIA QUE O PERFIL DO EMPREENDEDOR TEM PARA SE CRIAR GRANDES EMPRESAS. **ETIC-ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA-ISSN 21-76-8498**, v. 10, n. 10, 2015.

CUNHA, Roberto de Araujo Nascimento. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, 2004.

CUSTÓDIO, T. P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. /Telma Padilha Custódio. – – Lins, 2011.

DE SOUZA, Bruno Raposo De Souza, C. D. J., Barbosa Da Costa, D. R., Dos Anjos, G. D. C., Batista Junior, G. D. S., Oliveira, L. D., & Mendes Moreira, R. J. . ATITUDES EMPREENDEDORAS E O MERCADO PROFISSIONAL. **Revista Expressão**, n. 05, p. 23 Páginas, 2013.

DENZIN, N. K. **Prologue: Online Environments and Interpretative Social Research**, in Mark D. Johns; Shing-Ling S. Chen; G. Hall. *Online Social Research. Methods, Issues & Ethics*. New York, Peter Lang, 2004, pp. 1-12.

DOLABELLA, F. **O segredo de Luisa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo** - Transformando Ideias Em Negócios - 6ª Ed. 2016

DOTLICH, D. L.; CAIRO, P. C. **Por que os executivos falham?** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1986.

FINKELSTEIN, S. **Por que executivos inteligentes falham**. São Paulo: Makron Books, 2007.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HÉBERT, Robert F. et al. Historical perspectives on the entrepreneur. **Foundations and Trends® in Entrepreneurship**, v. 2, n. 4, p. 261-408, 2007.

KETS DE VRIES, Manfred. Rebeldes criativos com causa. **Dominando os desafios do**, 2001.

LANDSTRÖM, Hans; LOHRKE, Franz (Ed.). **Historical foundations of entrepreneurial research**. Edward Elgar Publishing, 2010.

LEITE, Nildes R. Pitombo et al. A linguagem fílmica na formação e no fortalecimento de grupos, equipes e times de trabalho: aplicações do estudo observacional. **REGE Revista de Gestão**, v. 17, n. 1, p. 75-97, 2010.

LIRA, RODRIGO ANIDO. O discurso empreendedor. **PerspectivasOnLine 2007-2010**, v. 1, n. 2, 2014.

LONGENENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**: ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Pearson, 2004.

MACHADO, Diego de Q.; BEZERRA, Carlos Alberto dos B. "AVATAR": UMA ANÁLISE DOS ASPECTOS FUNDAMENTAIS DA TERCEIRIZAÇÃO EM UM ESTUDO OBSERVACIONAL. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, v. 9, n. 3, 2010.

MACHADO, Jorge. Desconstruindo "Propriedade Intelectual". **Observatorio (OBS*)**, v. 2, n. 1, 2008.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**, 2ª Ed., São Paulo, 2009.

MATOS, Fátima Regina; QUEIROZ, W. V.; LOPES, K. L.; FROTA, G.; SARAIVA, V. M. Estudo observacional do comportamento empreendedor de Irineu Evangelista de Sousa da ótica de Filion no filme "Mauá-o Imperador e o Rei". **Cadernos EBAPE. BR**, v. 10, n. 1, 2012.

MELO, Percy Heliogábalo Souza de. A representação da temática polícia versus bandido: uma análise fílmica de tropa de elite. 2014

MURPHY, P. J.; LIAO, J.; WELSCH, H. P.A conceptual history of entrepreneurial thought. **Journal of Management History**, v. 2, n. 1, p. 12-35, 2006.

NARDER, G. **A Magia do Império Disney**. São Paulo: Editora SENAC, 2014

NASSIF, V. M. J; GHOBIL, N. A.; AMARAL, D. J. **Empreendedorismo por necessidade**: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. *Pensamento&realidade*. Ano XII — v. 24, n. 1, 2009.

OLIVEIRA, Bárbara. AS APROPRIAÇÕES CULTURAIS DA RAINHA CLEÓPATRA VII NA CONTEMPORANEIDADE: UM ESTUDO A PARTIR DO FILME CLEÓPATRA, DE 1963. **Revista Cadernos de Clio**, v. 5, n. 1, 2014

PRODANOV, Cleber C.; DE FREITAS, Ernani Cesar. Inovação e conhecimento: desafios e práticas institucionais. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 4, n. 2, 2007.

ROTTER, Julian B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. **Psychological monographs: General and applied**, v. 80, n. 1, p. 1, 1966.

SCHEINER, Marvin de Castro Mendonça. A Memória Coletiva na (re) construção da identidade individual: reflexões teóricas e análise fílmica a partir do filme "Valsa com Bashir". 2014.

SCHMIDT, A. Pesquisa Qualitativa Tipos Fundamentais. In: **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n.3, p, 20-29 Mai./Jun. 1995

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. In: **RAC, Curitiba**, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, Jul./Ago. 2009.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2013

TAYLOR, C. Socializing creativity: entrepreneurship and innovation in the creative industries. In: HENRY, C.; BRUIN, A. **Entrepreneurship and the creative economy**: process, practice and policy. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2011.

WALT antes do Mickey. Direção: Khoa Le. Estados Unidos. Conglomerate Media. 2015 Disponível em <www.netflix.com> . Acesso em 1 mai. 2017(120 min)

WALT Disney faleceu ontem nos EUA em 1966. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, 16 de dezembro de 1966. Disponível em <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19661216-28119-nac-0007-999-7-not/busca/Walt+Disney>>. Acesso em: 29 jun. 2017.

YIN, R. K. **Case Study Research: Design and Methods**. Sage Publications Inc., USA, 1989.

ZEN, A. C.; FRACASSO, E. M. **Quem é o empreendedor**: as implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. Revista de Administração Mackenzie, 2008.