

doi:10.12662/2359-618xregea.v8i1.p119-135.2019

ARTIGOS

“WALT ANTES DO MICKEY”: UM ESTUDO OBSERVACIONAL DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DE WALT DISNEY**“WALT BEFORE MICKEY”: AN OBSERVATIONAL STUDY OF WALT DISNEY’S ENTREPRENEURSHIP CHARACTERISTICS****WALT ANTES DEL MICKEY: UN ESTUDIO OBSERVACIONAL DE LAS CARACTERISTICAS EMPREENDEDORAS DE WALT DISNEY****Douglas Albuquerque Vasconcelos**

Bacharel em Administração pela Universidade Federal do Ceará. Fortaleza - CE - BR. E-mail: <doug.albu@gmail.com>.

Diego de Queiroz Machado

Doutor em Administração pela Universidade de Fortaleza. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza - CE - BR. E-mail: <diegoqueirozm@yahoo.com.br>.

Márcia Zabdiele Moreira

Doutora em Administração pela Universidade de Fortaleza. Professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza - CE - BR. E-mail: <marciabdzabdiele@ufc.br>.

Daniel Barboza Guimarães

Doutor em Economia pela Universidade Federal do Ceará. Professor e Coordenador do Curso de Administração da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza - CE - BR. E-mail: <barbozadan@hotmail.com>.

Luís Matheus Tavares Silva

Bolsista PIBIC/CNPq e graduando do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza - CE - BR. E-mail: <luismatheusts@gmail.com>.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral analisar as características empreendedoras de Walt Disney presentes no filme “*Walt Antes do Mickey*” e como objetivos específicos, Busca-se apresentar os principais modelos de empreendedores na literatura; identificar, na narrativa, elementos dos modelos de empreendedores da literatura abordada e traçar um perfil das características empreendedoras em Walt Disney. A metodologia alicerça-se na análise do filme “*Walt Antes do Mickey*”, abordando qualitativamente e com coleta de dados através de observação filmica 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, a identificação de características em Walt Disney, como disposição a correr riscos e compromisso, que são apontadas como essenciais ao sucesso empreendedor. Conclui-se, através do filme, a existência de várias características atreladas ao perfil do empreendedor em Walt Disney.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Walt Disney. Análise filmica.

ABSTRACT

This work has the general objective of analyzing the entrepreneurial characteristics of Walt Disney present in the movie “*Walt Before Mickey*” and as specific objectives, it aims to present the main models of entrepreneurs in the literature identifying, in the narrative, elements of the models of entrepreneurs of literature and draw a profile of entrepreneurial characteristics in Walt Disney. The methodology is based on the film analysis of the feature film “*Walt Before Mickey*”, approaching qualitatively 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 in Walt Disney, like willingness to take risks and commitment, which are singled out as essential to entrepreneurial success. It concludes, through the film, the existence of several characteristics linked to the profile of the entrepreneur in Walt Disney.

Keywords: Entrepreneurship. Walt Disney. Film analysis.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo general analizar las características emprendedoras de Walt Disney presentes en la película “*Walt Antes del Mickey*” y como objetivo específico, se busca presentar los principales modelos de emprendimientos en la literatura; identificar, en la narrativa, elementos de los modelos emprendedores de la literatura abordada e trazar un perfil de las características emprendedoras en Walt Disney. La metodología se fundamenta en el análisis de la película “*Walt Antes del Mickey*”, utilizando un abordaje cualitativo y con colecta de datos a través de observación filmica respaldada por el estudio observacional indirecto y no participante, con la intención de realizar un paralelo entre la película y las características del emprendedor situadas en el referencial teórico. La pesquisa posee, como resultados, la identificación de características en Walt Disney, como disposición a correr riesgos y compromisos, que son apuntados como esenciales al suceso emprendedor. Se concluí, a través de la película, la existencia de diversas características vinculadas al perfil del emprendedor en Walt Disney.

Palabras-chave: Emprendedorismo. Walt Disney. Análisis filmico.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo 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 (BERNARDO; VIEIRA; ARAÚJO, 2013).

De acordo com Barros e Pereira (2008), o empreendedorismo auxilia no combate ao desemprego. Simultaneamente, ele tende a impactar de maneira relevante os modelos econômicos e sociais existentes (MENDONÇA; MIRANDA; FERRAZ, 2015; NASSIF; GHOBIL; AMARAL, 2009). Dessa forma, o empreendedorismo aparece como uma das alternativas mais importantes em relação ao desenvolvimento social e econômico (BERNARDO; VIEIRA; ARAÚJO, 2013; BURTON; SORENSEN; DOBREV, 2016; SILVA; MARIANO; JOAQUIM, 2014).

Segundo Ferreira, Pinto e Miranda (2015), os debates em meio acadêmico a respeito deste tema vêm tendo um crescimento maior nos últimos 30 anos, tanto sendo o empreendedorismo explorado como parte de outras disciplinas como também sendo desenvolvido como campo de estudo próprio. Atualmente, compreende-se que a figura do empreendedor deve ser multifacetada, justamente porque o ambiente em que ele está inserido é marcado por mudanças constantes e alta competitividade (OLIVEIRA; PEREIRA; SOUZA, 2013; VALE, 2014).

Nesse contexto, alguns estudos analisam personalidades importantes com um uso de uma metodologia específica – denominada observação filmica – em que há a observação de uma figura de sucesso a partir da sua história contada em filme. O longa-metragem analisado por este trabalho é o “*Walt Antes do Mickey*” (2015), que permite aos telespectadores conhecer a vida de Walt Disney, desde sua infância até a criação de um dos seus principais personagens, Mickey, que marca o começo do seu grande sucesso.

A escolha do presente estudo de caso se justifica, pois, entre diversos casos de empreendedores de sucesso presentes na história, Walt Disney é um que tem grande destaque no mundo empresarial, sendo considerado uma das mentes mais brilhantes do século XX (MACHADO, 2008).

Assim, o objetivo geral deste trabalho consiste em analisar as características empreendedoras

de Walt Disney presentes no filme “*Walt Antes do Mickey*”. Como objetivos específicos, o trabalho pretende apresentar a jornada empreendedora de Walt Disney segundo o filme “Walt antes de Mickey”, identificar na narrativa, elementos dos modelos e tipologias de empreendedores da literatura e traçar um perfil das características e tipologias empreendedoras de Walt Disney.

Para corroborar a análise da fonte cinematográfica e, conseqüentemente, responder aos objetivos propostos, é aplicada a análise filmica, uma vez que, segundo Leite *et al.* (2010), a linguagem cinematográfica leva ao observador a sensação de espaço de coparticipante daquilo que ele vê descrito no filme, de forma que se tornem plausíveis a decodificação e codificação de variados símbolos, sejam com os textos, com as imagens ou com os comportamentos observados nos personagens.

2 A EVOLUÇÃO DOS CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO

Conforme afirmam Dolabela e Gorini (2014), 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. É válido considerar, também, que o termo empreendedorismo é dinâmico e de constante evolução, devendo, portanto, ser ainda mais aprofundado (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016).

Segundo Cunha (2004), o termo “empreendedor” deriva da palavra francesa *entrepreneur*, que tem como significado “aquele que está entre” ou “intermediário”. De acordo com Landström e Lohrke (2010), o economista irlandês Richard Cantillon utiliza pela primeira vez, em 1725, o termo para indicar os indivíduos que assumiam riscos, considerando esses indivíduos determinantes no equilíbrio entre oferta e demanda por estarem sempre envolvidos em processos de mudança.

Murphy, Liao e Welsch (2006) destacam que a atividade empreendedora teve grande expansão durante os séculos XVI e XVII, com 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 (2014) afirma que, no século XVII, ocorreram os primeiros indícios de relação entre empreendedorismo e o enfrentamento de riscos em busca de crescimento. À época, os empreendedores estabeleciam um acordo contratual com o governo a fim de realizar algum tipo de serviço ou fornecer produtos.

Na Inglaterra, 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).

No período entre o final do século XIX e início do século XX, não havia qualquer diferenciação entre o empreendedor e o gerente. Dessa 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, pagar os funcionários e exercer todas as outras atividades a serviço do sistema econômico capitalista (DORNELAS, 2017).

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 apresentava a noção de independência dos indivíduos e a capacidade humana de aproveitar as oportunidades. Friederich von Hayek, sobre quem von Mises exercia demasiada influência, difundiu a importância e a necessidade de disseminação do conhecimento na sociedade, ações que causariam um grande benefício para o processo de descobertas constantes (LANDSTRÖM; LOHRKE, 2010).

Ademais, apenas no século XX, a ideia de inovação passou a ser atrelada ao termo empre-

endedorismo, principalmente após o trabalho de Shumpeter, 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).

3 CARACTERÍSTICAS E TIPOLOGIAS DO EMPREENDEDOR

No desenvolvimento da riqueza de uma nação, o empreendedor assume um papel de grande importância por estar sempre ligado à geração de novas ideias, produtos e modelos de produção, sendo um agente direto no crescimento da economia no sistema capitalista (SOUZA *et al.*, 2013). Filion (1999, p. 19) o caracteriza da seguinte forma:

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

A figura do empreendedor possui algumas características, como ser um indivíduo capaz de demonstrar um comportamento inovador, buscando atingir a satisfação de seu cliente. É alguém que tem como identificar as oportunidades de novos negócios e nichos de mercado, 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, possui 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 (DRUCKER,

2016; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Também é inerente à figura do empreendedor agregar valor ao bem ou serviço que ele oferta, buscando sempre aproveitar da melhor forma possível seus recursos (BAGGIO, A., BAGGIO, D., 2014).

Souza *et al.* (2013) destacam algumas características inerentes aos empreendedores. São elas:

- a) iniciativa: ser proativo, agir de maneira espontânea e coerente com a realidade;
- b) liderança: ter a habilidade de orientar o foco de um grupo de forma a conquistar os objetivos;
- c) negociação: Competência para selar acordos;
- d) perseverança: aptidão em manter o foco em seus propósitos diante as adversidades, sem perder a clareza das situações;
- e) resistência à Frustração: habilidade de saber superar situações de não satisfação de necessidade pessoais ou profissionais.

A Universidade de Harvard, juntamente com David McClelland, desenvolveu a pedido da United Nations Conference of Trade and Development (UNCTAD) a metodologia do programa EMPRETEC, que visa alavancar a capacidade produtiva e a competitividade internacional a fim de desenvolver a economia, diminuir a pobreza e buscar equalizar a participação dos países em desenvolvimento no que tange a atuação destes para a economia mundial (UNCTAD, 2010). Tal metodologia divide as características básicas encontradas em empreendedores em três grupos: realização, planejamento e poder. O Quadro 1 apresenta cada característica de cada grupo.

Quadro 1 - Características empreendedoras segundo UNCTAD

Grupo	Característica	Descrição
Realização	Busca de oportunidade e iniciativa	Em vez de ver problemas, os empreendedores veem oportunidades e tomam iniciativa a fim de que tais oportunidades se tornem negócios lucrativos.
	Persistência	Enquanto outros desistem devido a grandes desafios, os empreendedores escolhem encará-los e superá-los. A perseverança é uma das características dos empreendedores.
	Comprometimento	Os empreendedores buscam sempre cumprir o que dizem, não importando que sacrifício eles têm que fazer para cumpri-lo.
	Zelo por qualidade e eficiência	Todo empreendedor trabalha com paixão; dessa forma, ele sempre tentará fazer algo melhor, mais rápido e menos custoso.
	Tomador de riscos calculados	Os empreendedores sempre estão dispostos a assumir riscos. Entretanto, antes de assumi-los, calculam os riscos e avaliam as possibilidades.
Planejamento	Cumprimento de metas	Os empreendedores sempre estabelecem metas e buscam atingir seus objetivos.
	Busca por informações	Empreendedores estão sempre buscando informações sobre seus clientes, seus fornecedores, novas tecnologias e oportunidades.
	Planejamento e monitoramento sistemático	Os empreendedores buscam sempre planejar e aferir se o que havia sido pensado está funcionando corretamente.
Poder	Persuasão e redes sociais	Empreendedores sempre usam estratégias para persuadir pessoas a seguir seus objetivos.
	Independência e autoconfiança	A busca de autonomia em relação a ordens ou regras impostas por outros é uma das marcas de ser empreendedor.

Fonte: adaptado de UNCTAD (2010).

O SEBRAE (2013), a partir da observação da forma de agir dos empreendedores no mercado, também listou algumas características comuns a eles, como a busca e exigência pela alta qualidade, o comprometimento tanto em seu trabalho quanto com contratos firmados e a capacidade de identificar novas oportunidades.

Além dos atributos já citados, a iniciativa, em que o indivíduo busca agir voluntariamente antes da necessidade ocasionada pelas circunstâncias, e a persistência, em que o empreendedor

não abandona seu objetivo diante das dificuldades encontradas, também fazem parte das características que formam o perfil do empreendedor (SEBRAE, 2013). Em complemento, Burton, Sorensens e Dobrev (2016) argumentam que o alto retorno financeiro e a possibilidade de vir a ser seu próprio patrão são fatores que incentivam um indivíduo a empreender.

Dornelas (2017), também destaca algumas características comuns aos empreendedores que obtêm sucesso em seus negócios, apresentadas no Quadro 2:

Quadro 2 – Características empreendedoras segundo Dornelas

Características	Descrição
São visionários	Têm uma visão de futuro definida ao seu negócio e ainda a capacidade de pôr em prática seus sonhos
São indivíduos que fazem a diferença	Têm 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 modificá-las em oportunidade, por meio de dados e de 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 comprometidos 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 independentes e constroem o próprio destino	Anseiam estar sempre à frente das mudanças e serem os responsáveis pelo próprio destino; sendo independentes, frequentemente, querem criar algo novo, ser o próprio patrão e gerar empregos, em vez de serem empregados.
Ficam ricos	O sucesso financeiro não é o objetivo principal dos empreendedores, mas acreditam que o dinheiro é decorrência do esforço e do sucesso nos negócios.
São líderes e formadores de equipes	Apresentam um traço de liderança incomum e creem que o investimento em 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 em que não detêm o melhor conhecimento para completar suas necessidades
Possuem conhecimento	Os empreendedores estão em busca de novos conhecimentos, pois sabem que aumentarão 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 prática, 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, seja 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.

Fonte: elaborado com base em Dornelas (2017).

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 alguns costumes de pessoas malsucedidas:

- a) identificam-se tanto com a empresa que não há limites claros entre seus interesses pessoais e os da organização;
- b) são porta-vozes perfeitos da empresa, obcecados com sua imagem;
- c) subestimam grandes obstáculos.

Já Dotlich e Cairo (2004) apontam outras características que os empreendedores podem apresentar e que encaminham seus negócios para o fracasso: arrogância; melodrama; cautela; ceticismo; perfeccionismo; obsessão; introspecção e excentricidade.

Os perfis expostos no Quadro 3, que resume as visões de Filion (1999) e Tranjan (2010), compreendem a natureza básica de vários negócios, assim como as probabilidades de sucesso e as probabilidades de fracasso de um empreendimento.

Quadro 3 - Tipologias de empreendedores segundo Filion e Tranjan

Autor	Tipologia	Descrição
Filion (1999)	Lenhador	Evitam conglomerados de pessoas, preferindo trabalhar sozinhos.
	Sedutor	Em um primeiro momento, entrega-se totalmente ao projeto, mas logo perde o foco, não conseguindo manter o entusiasmo.
	Jogador	Vê a empresa como um apoio financeiro; portanto, esta figura foca-se principalmente em atividades de lazer.
	Hobbysta	Coloca todo o seu tempo e esforço em sua empresa, pois é nela que ele vê a possibilidade de autorrealização.
	Convertido	Passou anos buscando por algo que realmente utilizasse seu verdadeiro potencial e isso agora é uma obsessão para ele
	Missionário	Distribui ao máximo as responsabilidades e emprega a maior parte de seu tempo na tentativa de contagiar as pessoas com seu entusiasmo
Tranjan (2010)	Guerreiro	É muito admirado pela sociedade devido a, principalmente, ser um profissional múltiplo, que possui habilidades para exercer diversas funções.
	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; se puder, adquire a empresa concorrente
	Curioso	Este perfil não considera o mercado como um ambiente ameaçador, mas sim como território a ser desbravado, pois tem ciência que ali há várias oportunidades e sua função, como empreendedor, é encontrá-las.
	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.
	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. Em 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.
	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 esses mesmos valores e geralmente tem uma forte relação com clientes e fornecedores.
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.	

Fonte: elaborado com base em Filion (1999) e Trajan (2010).

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. Ademais, Filion (1999) admite que é difícil algum empreendedor ser de apenas um tipo e que, normalmente, os perfis de empreendedores misturam duas ou três tipologias diferentes. Diante disso, justifica-se a realização de uma observação filmica para a intercessão das características e tipologias como o empreendedor Walt Disney, apresentada a seguir.

4 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 e o estudo de caso como estratégia metodológica.

O estudo de caso caracteriza-se 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. Martins (2008) reforça que, mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado, o estudo de caso possibilita a análise de uma realidade social, não conseguida plenamente por um levantamento amostral e avaliação unicamente quantitativa.

Para Miguel (2007) as pesquisas estão sujeitas a críticas em função de limitações metodológicas na escolha do(s) caso(s), análise dos dados e conclusões suportadas pelas evidências. O caso estudado é o do empreendedor Walt Disney cuja carreira se estendeu à de produtor cinematográfico, cineasta, diretor roteirista, dublador e animador. O empreendedor foi cofundador da *Walt Disney Company*, hoje, uma *holding* que abrange vários empreendimentos como parques temáticos, hotéis, estúdios de cinema e canais de televisão. Assim, Walt Disney é considerado um empreendedor de sucesso que deixou um legado no entretenimento mundial (MARTINS *et al.*, 2015).

O método de coleta de dados é a observação filmica que, na compreensão de Martins e

Theóphilo (2016, 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 estudo observacional é destacada por Machado e Matos (2013) como categoricamente superior às estratégias de questionário, experimento ou análise de documentos para o estudo de comportamento não verbal, mesmo que em narrativas filmicas.

Assim, a escolha da estratégia de coleta de dados presente neste estudo consistiu na observação filmica, respaldada pelo estudo observacional indireto e não participante. Cooper e Schindler (2015) reforçam que a observação indireta é menos flexível do que a observação direta, mas também é menos tendenciosa. Já Flick (2017) apresenta a análise filmica 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 avaliar as ações dos atores da forma como ele as percebe.

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 das características empreendedoras de Walt Disney para fazer a inferência do referencial teórico com a observação filmica.

5 RESULTADOS

5.1 SOBRE O EMPREENDEDOR

Walter Elias Disney nasceu em cinco de dezembro de 1901 na cidade de Chicago, filho de Flora e Elias Disney. 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 (WALT..., 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 se mudar, com sua pequena equipe, para Los Angeles, considerada 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 onde nem banheiro havia e que seu único amigo era um camundongo que vinha comer suas migalhas. Nesse momento, Walt começou a desenhar e criar o personagem Mickey Mouse (NARDER, 2014).

Walt Disney criou, naquela época, nos estúdios da *Walt Disney Productions*, as primeiras curtas metragens do Mickey, todas acrescidas de sons, elemento considerado uma inovação nas projeções em tela para o ano de 1928. Adiante, Walt começou a fazer desenhos coloridos, fato que demonstra que ele quis ser pioneiro nas inovações de seu ramo.

O primeiro filme produzido por Walt foi *Branca de Neve*, também considerado o primeiro

longa-metragem do mundo criado completamente em desenho. Muitos críticos da época afirmavam que tal modalidade jamais iria funcionar. Contrariando todas as perspectivas, *Branca de Neve* foi sucesso absoluto e rendeu um lucro de 2,7 bilhões de dólares para a *Walt Disney Productions*. Com esse dinheiro, foi contruído um moderno estúdio nas redondezas de Los Angeles (NARDER, 2014).

Em 1955, Walt Disney, como num passe de mágica, cria o seu maior empreendimento: a *Disneylândia*, na Califórnia, um fabuloso parque de diversões que abrangia, inicialmente, uma área de 64 hectares. O parque foi inaugurado em 17 de julho de 1955 e custou 17 milhões de dólares (WALT..., 1966).

Walt Elias Disney faleceu em 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).

5.2 ANÁLISE DE WALT ANTES DO MICKEY

Desde cedo, Walt aprende, com o exemplo de seu pai, as características empreendedoras de correr riscos, essencial para o empreendedor (DORNELAS, 2017; UNCTAD, 2010), assim como também a persistência, considerada importante (SEBRAE, 2013; SOUZA *et al.*, 2013). Após o pai de Walt ser acometido por uma doença, a família vendeu a fazenda e mudou-se para Kansas City. Lá, ele começou a atuar junto a seu amigo Walter e formou a dupla “Os dois Walt”. 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 Walt consegue, no dia seguinte, um emprego para ele no cinema da cidade.

Trabalhando no cinema aos 13 anos, Walt percebeu que um quadro da cena de um filme era apenas uma imagem. Nesse momento, ele viu a oportunidade de fazer animação e 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. Neste caso, é possível ver o

tipo de empreendedor convertido que, após encontrar algo que utilize seu verdadeiro potencial, não mede esforços para praticá-lo (FILION, 1999).

Ainda em sua juventude Walt conseguia identificar oportunidades dentro da área que gostava de fazer. A trajetória do jovem Walt demonstra que outras duas características de empreendedor estiveram presentes no seu perfil: iniciativa (SOUZA *et al.*, 2013), e a visualização de novas oportunidades (SEBRAE, 2013; UNCTAD, 2010). Aos 16 anos, ele abandonou o colégio para se alistar na Marinha durante a guerra, mas foi rejeitado por ser menor de idade; então alistou-se 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 tendo sido contratado por um período de experiência. Walt já demonstra ser o empreendedor que vai em busca do conhecimento para se qualificar ainda mais naquilo que gosta de fazer (DORNELAS, 2017).

Durante a semana de experiência, Walt Disney demonstrou compromisso (SEBRAE, 2013) e determinação (DORNELAS, 2017) no trabalho, a fim de ser efetivado no cargo de desenhista. Foi no estúdio do Sr. Pesman que Walt conheceu Ub Iwerks, com quem passou a trabalhar. Walt trabalhou lá por seis semanas, período em que aprendeu um pouco sobre o mundo dos negócios de animação, em que Walt novamente buscou conhecimento nas experiências vividas (DORNELAS, 2017). Contudo, Sr. Pasman perdeu uma conta muito grande e Walt acabou demitido.

Tempos depois, Walt se reencontra com Ub, que também foi dispensado. Segundo Walt, quem gerenciava o estúdio não tinha 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 (BURTON; SORENSEN; DOBREV, 2016; DORNELAS, 2017; UNCTAD, 2010). Apesar de não saber muito sobre como administrar, Walt acreditava que, com a união de seu talento com o de Ub, conse-

guiriam chegar longe, surgindo assim o estúdio *I. Woks Disney*, demonstrando ter uma visão de futuro bem definida (DORNELAS, 2017).

Com o pensamento de colocar a empresa para funcionar, Walt tomou a iniciativa, característica necessária para autores como Souza *et al.* (2013), SEBRAE (2013) e UNCTAD (2010), de alugar um local de trabalho. Onde todos viam um celeiro, Walt via a sede da *I. 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, 2017) e inovador (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Em busca de aumentar a produção da empresa, Walt convida Fred e Hugh para fazerem parte da equipe, podendo ainda produzir comédia com notícias do cotidiano, sendo isso uma nova abordagem da animação. Com entrada de Fred e Hugh, Walt decide fazer uma animação, já com um novo estúdio o *Laugh-o-Gram*, para passar no cinema da cidade, sem ter a certeza que sua animação seria aceita, novamente demonstrando ser alguém que consegue identificar oportunidades e que tem espírito inovador (DORNELAS, 2017; DRUCKER, 2016; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009; SEBRAE, 2013; UNCTAD, 2010).

Ao encontrar-se com Newman, proprietário do cinema, Walt insiste para que ele assista sua produção, pois acreditava em seu trabalho, transparecendo, novamente, ser persistente (SEBRAE, 2013; SOUZA *et al.*, 2013). Ao conseguir fechar o negócio, Walt já estava imaginando novos temas para futuras animações. Após uma conversa com seu irmão, Walt percebeu que tinha falhado na negociação, pois vendeu seus filmes a preço de custo. Então, para custear a produção de novos trabalhos, Walt busca um empréstimo com um médico amigo da família. Com o dinheiro, ele procurou uma nova sede para a *Laugh-o-Gram*. Com a demanda de novos filmes, surge também a necessidade de mais colaboradores, e é quando se juntam ao grupo Friz e Rudy. 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 (DORNELAS, 2017).

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 busca 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 àquela reportada pelo SEBRAE (2013) e UNCTAD (2010), entre elas, o aluguel de sua casa, de onde é despejado posteriormente.

Ub, Rudy e Friz reconhecem todo o 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, 2017). 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 o compromisso de pagar pelos filmes que a empresa de Walt estava produzindo.

Naquele 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 (FILION, 1999; UNCTAD, 2010), Walt decide manter a produção de seus projetos em meio a toda dificuldade financeira. Mais uma vez, demonstra persistência no que se propôs em fazer (SEBRAE, 2013; SOUZA *et al.*, 2013). Foi neste momento em que surgiu um rato, o qual Walt transformou em 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*”. Walt estava sempre em busca de oportunidade (SEBRAE, 2013; UNCTAD, 2010). 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, levou 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 (FINKELSTEIN, 2007). Walt Disney se viu em uma situação muito difícil, solicitou ajuda financeira de seus pais, porém sem sucesso e 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 expulsou de uma calçada e acabou assustando o rato, fazendo-o 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 de “*Alice*” e um pouco de dinheiro que sobrara, mostrando ser resistente à frustração, não se deixando abater com as dificuldades (SOUZA *et al.*, 2013). Walt foi recepcionado por seu tio Robert e sua tia Charlotte, que arrendou um quarto para o sobrinho.

Em visita a seu irmão Roy, Walt pensara em desistir das animações; entretanto, 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 à forma como atuava em seus antigos estúdios. Nesse momento, Walt reafirma o sentimento que pode buscar o desenvolvimento a partir de sua própria iniciativa, sem a necessidade de um patrão, sendo independente, características destacadas por Burton, Sorensens e Dobrev (2016) e Dornelas (2017).

Então, Walt resolve entrar em contato novamente com a M.J. Winkler para enfim mostrar-lhe a história de “*Alice*” e, ainda sob desaprovação de seu tio Robert, tia Charlotte consegue dinheiro para ajudar Walt a finalizar sozinho o Filme “*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,

rar, 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. Contudo, já nestas contratações, Walt dava indícios que interferiria na administração de Roy. Por estar interessado na beleza de Lilian, Walt acaba concordando em pagar um salário mais alto que o estipulado por Roy, deixando nítido que os interesses pessoais de Walt estavam interferindo nos interesses da empresa. Conforme Finkelstein (2007), esse é um comportamento perigoso.

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 ao trabalho e à vida. Trabalhando juntos, começaram um romance e Walt resolve se casar com Lilian. Em um dado momento, 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 dis-

cussão com Roy, eles decidem mudar o nome do Disney Brothers para Walt Disney.

Walt Disney cria um novo personagem, o "Coelho Oswaldo", e começa a desenvolver sua ideia com a equipe. Porém o "Coelho Oswaldo" vai receber o mesmo tratamento em relação aos direitos autorais de "Alice". George Winkler começa a desestabilizar a equipe de Walt Disney, convidando seus integrantes a sair da empresa. O grupo de Walt, nesta ocasião, começa a sofrer por pagamentos irregulares, devido à constante interferência de Walt Disney no setor financeiro da empresa em busca de investimento a fim de melhorar a qualidade de seus produtos. SEBRAE (2013), Souza *et al.* (2013) e UNCTAD (2010) 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 e ainda diante da 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, fazendo 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. Ambos tentaram levar, sem sucesso, Ub, que se mantém fiel a 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 tentou negociar com a MGM e a 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 Charles, sendo remunerado semanalmente por um valor que Walt considerava baixo. Diante desse contrato, Walt recusa a proposta e decide seguir com o trabalho em seu estúdio e 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 a ser ele mesmo o protagonista de sua carreira (BURTON; SORENSEN; DOBREV, 2016; DORNELAS, 2017).

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. Já em Los Angeles, Walt acreditava que precisava criar um novo personagem que tivesse seus mesmos ideais. Walt apresenta à equipe o personagem Mortimer, o rato, inspirado em seu amigo rato de *Kansas City*. Todos gostaram da ideia e, apesar de pouco recurso para produzir, Walt persistiu para que ele fosse produzido a fim de ser sua última tentativa. Essas atitudes deixam ainda mais explícitas a 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, pois 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 acreditava que todas as adversidades pelas quais passou, serviram para fortalecê-lo e a prepará-lo para o momento certo.

Em resumo, o Quadro 4 apresenta as características e tipologias apresentadas por Walt Disney no filme analisado:

Quadro 4 - Características e Tipologias empreendedoras de Walt Disney

Características	Autor (es)
Disposição a correr riscos	Dornelas (2017) e UNCTAD (2010).
Persistência	Souza <i>et al.</i> (2013); SEBRAE (2013), UNCTAD (2010).
Iniciativa	Souza <i>et al.</i> (2013), SEBRAE (2013) e UNCTAD (2010).
Identificar novas Oportunidades	SEBRAE (2013); Dornelas (2017) e UNCTAD (2010)
Ir ao encontro do conhecimento e busca por informação	Dornelas (2017) e UNCTAD (2010).
Comprometimento	SEBRAE (2013).
Determinação	Dornelas (2017).
Independência	Dornelas (2017) e UNCTAD (2010).
Visionismo	Dornelas (2017).
Inovação	Drucker (2016); Schmidt; Bohnenberger (2009).
Formação de equipe	Dornelas (2017) e UNCTAD (2010).
Comprometimento com os contratos de trabalho firmados	SEBRAE (2013) e UNCTAD (2010).
Respeito e admiração pelos funcionários	Dornelas (2017).
Subestima de grandes obstáculos,	Finkelstein (2007).
Resistência à frustração,	Souza <i>et al.</i> (2013) e UNCTAD (2010).
Interferência nos interesses da empresa	Finkelstein (2007).
Busca e exigência por alta qualidade e eficiência	SEBRAE (2013) e UNCTAD (2010).
Patrão de si mesmo,	Dornelas (2017).
Tipologias	Autor (es)
Convertido	Filion (1999).
Artista	Tranjan (2010).
<i>Hobbyista</i>	Filion (1999).

Fonte: elaborado pelos autores (2019).

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, encaixar-se nas tipologias supracitadas.

6 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*”, que narra a história da vida de Walt Disney, desde sua infância até a criação de Mickey, personagem que marcou o começo de uma história de sucesso. Foram propostos três objetivos específicos, atendidos das seguintes maneiras.

No primeiro objetivo específico, foi apresentada a trajetória empreendedora de Walt Disney mediante a análise do filme, mostrando todos os passos desde o primeiro emprego de Walt, passando pela criação dos quatro estúdios (*I Works Disney, Laugh-O-gram Films, Disney Brothers Studio e Walt Disney Studio*), até a criação do Mickey.

No segundo objetivo específico, identificaram-se, 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 por 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 expertise é na área de desenho e animação, não tendo muitas noções administrativas do negócio. Ainda se pode atribuir a Walt, o título de empreendedor artista, pois ele vê o mercado como local que pode comprar suas ideias criativas.

No terceiro e último objetivo específico, foi traçado um perfil das características empreendedoras em Walt Disney e tipologias relacionadas. Walt, por meio 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 a

persistência também são características a serem relevadas na análise.

Verifica-se, portanto, que todos os objetivos do trabalho foram alcançados, mediante análise do filme “*Walt antes do Mickey*”, sendo possível estudar o comportamento empreendedor apresentado na narrativa por Walt Disney desde sua infância, passando por toda sua história de insucessos até chegar à criação do personagem que marcou o início de seu sucesso, resultando em um grande empreendimento mundial.

Os resultados de forma geral demonstram Walt Disney como um empreendedor sempre disposto a correr riscos, acreditando em seus ideais e em seu potencial. Walt desde cedo soube com o 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 de 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 de seu desejo maior de ser reconhecido no mundo das animações.

Como contribuições deste estudo, destaca-se que a análise das características empreendedoras de Walt Disney podem demonstrar conceitos essenciais aos empreendedores para obter êxito em seus negócios. Além disso, a apresentação e a utilização de diversos conceitos, características e tipologias de empreendedores da literatura científica em um caso real e bastante relevante no mundo, mesmo que explorado por meio de uma narrativa fílmica, denota e reitera a importância da ação empreendedora.

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 a 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, sugere-se confrontar as características identificadas no presente estudo com registros históricos de empreendedor, verificando a proximidade das duas realidades.

REFERÊNCIAS

- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BAILEY, K. **Methods of social research**. 4. ed. New York: The Free Press, 2007.
- BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **RAC**, v. 12, n. 4, p. 975-993, 2008.
- BERNARDO, N.; VIEIRA, E. T.; ARAÚJO, E. A. S. A relevância da atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico de um país. **Revista Científica on-line - Tecnologia, Gestão e Humanismo**, v. 2, n. 1, p. 2-11, 2013.
- BURTON, M. D.; SORENSEN, J. B.; DOBREV, S. D. A careers perspective on entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 40, n. 2, p. 237-247, 2016.
- CHARRY, G. P. Empresarialidad y empresa: una aproximación desde la escuela austriaca. **Estudios Gerenciales**, v. 26, n. 115, p. 161-178, 2010.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 12. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.
- CUNHA, R. A. N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. *In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO*, 28., 2004, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: ANPAD, 2004.
- DENZIN, N. K. Prologue: online environments and interpretative social research. *In: JOHNS, M. D.; CHEN, S. S.; HALL, G. (org.). Online social research: methods, issues & ethics*. New York: Peter Lang, 2004.
- DOLABELA, F.; GORINI, M. **Empreendedorismo na base da pirâmide**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2017.
- DOTLICH, D. L.; CAIRO, P. C. **Por que os executivos falham?** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- FERREIRA, M. P. V.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 21, n. 2, p. 406-436, 2015.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.
- FINKELSTEIN, S. **Por que executivos inteligentes falham**. São Paulo: Makron Books, 2007.
- FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2017.
- LANDSTRÖM, H.; LOHRKE, F. (ed.). **Historical foundations of entrepreneurial research**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2010.

- LEITE, N. R. P. *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.
- LEYDEN, D. P.; LINK, A. N. Toward a theory of the entrepreneurial process. **Small Business Economics**, v. 44, n. 3, p. 475-484, 2015.
- LIRA, R. A. O discurso empreendedor. **Perspectivas OnLine**, v. 1, n. 2, p. 45-61, 2014.
- MACHADO, D.; MATOS, F. R. N. (org.). **Estudos observacionais em linguagem fílmica**. Curitiba: CRV Editora, 2013.
- MACHADO, J. Desconstruindo "Propriedade Intelectual". **Observatório**, v. 2, n. 1, p. 245-275, 2008.
- MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- MARTINS, S. N. *et al.* **Pocketbook do empreendedor**. 2. ed. Lajeado: Editora UNIVATES, 2015.
- MENDONÇA, C. M. O.; MIRANDA, R. O.; FERAZ, S. F. de Souza. Empreendedorismo social: a geração de recursos próprios em ONGs cearenses. **Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 13, n. 2, p. 105-132, 2015.
- MIGUEL, P. A. C. Estudo de caso na Administração: estruturação e recomendações para sua condução. **Produção**, v. 17, n. 1, p. 216-229, 2007.
- 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**, v. 24, n. 1, p. 143-168, 2009.
- OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M. C. O. L.; MUYLDER, C. F. Educação empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em Instituições de Ensino Superior. **Revista Administração em Diálogo**, v. 18, n. 1, p. 29-56, 2016.
- OLIVEIRA, J. S.; PEREIRA, J. A.; SOUZA, M. C. D. Empreendedorismo, cultura e diversidade: a participação dos empreendedores negros nas atividades empreendedoras no Brasil no período de 1990 a 2008. **Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 11, n. 2, p. 2-30, 2013.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. Inovação e conhecimento: desafios e práticas institucionais. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 4, n. 2, p. 11-22, 2007.
- SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.
- SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2013.
- SILVA, J. M.; MARIANO, S. R. H.; JOAQUIM, S. M. comportamento empreendedor de proprietários de *lan houses* na comunidade da Rocinha, Rio de Janeiro, Brasil. **Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 12, n. 3, p. 98-122, 2014.
- SOUZA, B. R. *et al.* Atitudes empreendedoras e o mercado profissional. **Revista Expressão**, n. 5, p. 1-23, 2013.
- TRANJAN, R. A. **Empreendedorismo: sete perfis de empreendedores, uma questão de escolha**. 2010. Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=10000>. Acesso em: 13 abr. 2017.

UNCTAD. Empretec Programme. **The Entrepreneur's Guide**. Geneva, Switzerland, 2010.

VALE, G. M. V. Empreendedor: Origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 874-891, 2014.

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

ZEN, A. C.; FRACASSO, E. M. Quem é o empreendedor: as implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. **RAM - Rev. Adm. Mackenzie**, v. 9, n. 8, p. 135-150, 2008.