

A Influência da Rede de Relações de Walt Disney em sua Carreira como Empreendedor

MICHELI DAL BO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS)

MAICON DE OLIVEIRA RIBEIRO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)

A Influência da Rede de Relações de Walt Disney em sua Carreira como Empreendedor

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é considerado como importante atividade para o desenvolvimento mundial da economia e da sociedade. Por esse motivo, profissionais de diversas áreas e pesquisadores buscam entender como ocorre o fenômeno do processo de empreender (KELLEY et al., 2012). O empreendedorismo pode ser considerado um fenômeno social multifacetado e influenciado pelo contexto, caracterizado como um produto relacional do meio em que está inserido (JULIEN, 2010). Assim, o empreendedor exerce influência no crescimento da economia e no desenvolvimento social, impulsionando a economia (DOLABELA, 2008). Diversos autores enfatizam que existe uma forte correlação entre o empreendedorismo, o crescimento e o desenvolvimento econômico e social (DOLABELA, 2008; VIEIRA et al., 2014; DA SILVA, et al. 2019; KAKOURIS; GEORGIADIS, 2016; DA SILVA; SCHLAG, 2017; DA SILVA; SILVA, 2018; DA SILVA, 2019).

No Brasil, o empreendedorismo como área de pesquisa é recente (AMIT et al., 1990; NASSIF et al., 2012), a temática começou a ganhar espaço dentro das universidades a partir de 1990 (SALIM; SILVA, 2010; DORNELAS, 2008). Embora a taxa de empreendedorismo no país seja expressiva, de acordo com uma pesquisa realizada no Brasil em 2018 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a taxa de empreendedorismo foi de 38%, este é o segundo maior percentual registrado no país, ficando abaixo apenas do registro feito no ano de 2015 que teve como percentual 39%. Ainda de acordo com o GEM, em cada cinco brasileiros, dois eram empreendedores ou estavam envolvidos com algum tipo de negócio (GEM, 2018).

Neste sentido, as mudanças no mercado de trabalho e perspectivas de carreira nas organizações impulsionaram algumas pessoas a terem um negócio próprio. No entanto, criar um negócio próprio não é sinônimo de empreendedorismo. Qualquer pessoa que disponha de recursos pode iniciar uma empresa, mas existem certas pessoas que são movidas por um potencial realizador e são reconhecidas por trazer inovações para a sociedade e impulsionar a economia por meio de atividade empresarial. Essas pessoas são chamadas de empreendedores (SHUMPETER, 1982; MCCLELLAND, 1961).

Neste contexto, há uma relação próxima entre cultura e o empreendedorismo, Bonnewitz (2003), com base na obra de Bordieu afirma que a cultura é um conjunto de valores, normas e práticas adquiridas e distribuídas por um grupo de pessoas. Neste sentido, Hofstede (1991), fundamenta que a personalidade é formada pela junção das características genéticas com a cultura do ambiente. Sendo que a atitude e o comportamento das pessoas são determinados pelos costumes, linguagens e ações, que revelam os padrões dominantes de pensamento.

Na literatura de empreendedorismo a capacidade de visualização do ambiente e os sistemas de relações sociais são tratados como componentes das competências empreendedoras (FILION, 1991; BRUSH et. al, 2001; PAIVA JR. et al, 2006). Sendo que as competências podem ser edificadas no processo de aprendizagem oferecido pelos cursos de formação educacional ou na própria experiência pessoal e profissional. Neste sentido, as relações pessoais exercem influência na elaboração do negócio que se deseja implementar. Alguns estudos mostram que as esferas sociais, família, amigos, colegas de trabalho e de formação educacional, desempenham um importante papel na edificação e alavancagem de um negócio (BIRLEY, 1986; ALDRICH; ZIMMER, 1986; FILION, 1991).

O empreendedor resolve problemas complexos todos os dias, busca atrair os melhores talentos, convencer consumidores a utilizar seu produto (NORMAND, 2015). Neste sentido, as redes de relacionamentos do empreendedor, permitem a aquisição de informações e de conhecimento com o objetivo de identificar ou criar oportunidades empreendedoras (DUCCI;

TEIXEIRA, 2011). Estudiosos de diferentes campos científicos vem reconhecendo que as redes afetam de forma crucial as atividades econômicas como, por exemplo, a inovação, a difusão tecnológica e o empreendedorismo (POWELL, 1990).

1.1 Problema de pesquisa e objetivo

A partir da oportunidade de criação de novos negócios os indivíduos recorrem às pessoas que fazem parte de sua rede de relações, tais como familiares, amigos e colegas de trabalho para obterem os recursos necessários à viabilização da ideia (BIRLEY, 1986; ALDRICH; ZIMMER, 1986; VASCONCELOS, 2005). Esses contatos objetivam o apoio de ideias, aconselhamentos e suporte social e emocional para a consolidação do empreendimento (JOHANNISSON, 1998; BARNIR; SMITH, 2002). Larson, (1991, 1992) sugere que a história e as experiências vividas pelo indivíduo são de extrema importância na identificação da rede de relacionamentos que dará suporte nessa etapa.

Diante deste contexto, torna-se relevante o estudo da influência da rede de relações na carreira de um empreendedor. O questionamento que dá origem a esta pesquisa é: **A rede de relações pode ter influência nos pontos de virada da carreira de um empreendedor?**

Deste modo, o objetivo deste artigo é analisar aspectos relacionados a influência da rede de relações de Walt Disney em sua carreira empreendedora. Para atender ao objetivo proposto, optou-se por conduzir uma pesquisa qualitativa por meio de análise fílmica da obra americana “*Walt before Mickey*”, que retrata a trajetória de Walt Disney antes de sua virada de carreira com o lançamento do personagem Mickey Mouse.

Como contribuição deste estudo entende-se a ampliação do conhecimento sobre o tema, uma vez que o estudo propõe compreender a influência das redes na carreira empreendedora, que representa uma lacuna nos estudos desta área.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedor

Dentre as diversas definições de empreendedor apresentadas na literatura, para este artigo será adotada a definição de Filion (1991) que se apresenta como uma descrição e uma interpretação do que os empreendedores fazem. O autor, tomou como base um estudo de aproximadamente 60 das definições mais comuns na literatura. Partindo do ponto de vista de Pinchot (1985), que descreveu os intraempreendedores como sendo “sonhadores que fazem”, neste sentido Filion (1999, p. 17) entende que o empreendedor é: Uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em 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.

“Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION, 1991, p. 19). O empreendedor não está, necessariamente, relacionado à criação de um novo negócio. O conceito pode ser aplicado a pessoas que trabalham vinculadas a uma organização e realizam alguma inovação, seja em produtos ou em algum processo. Estes indivíduos são chamados de intra-empreendedores ou de empreendedores corporativos (FILION, 2001).

2.2 Carreira empreendedora

A palavra carreira é originada do latim, do termo *carraria*, que significa caminho ou estrada para carros. Posteriormente, o significado do termo se estendeu às trajetórias e competições e passou a ser utilizado também para identificar a atividade profissional de uma pessoa (ARTHUR; LAWRENCE, 1984).

As carreiras constituem interações complexas entre características afetivas, cognitivas e psicológicas das pessoas relacionadas ao trabalho, influenciadas por seus valores, história familiar, clima escolar, sistema de recompensas da comunidade, apresentando-se como uma complexa árvore de decisões construída ao longo do tempo (HERR, 1990).

Os estudos de carreira integram uma diversidade de campos teóricos. Sob uma perspectiva do interacionismo simbólico, a carreira pode ser definida como “a combinação processual entre aspectos objetivos e subjetivos pelos quais a pessoa passa, e dos quais interpreta e concebe a própria identidade” (DELUCA; ROCHA-DE-OLIVEIRA, 2015) e também como “relações recíprocas de sujeitos e coletividades inscritas em determinado contexto e tempo histórico” (DELUCA; ROCHA-DE-OLIVEIRA, 2016).

Durante a trajetória individual, “a pessoa passa por *status* e cargos, os vivencia e os narra, a partir de sua concepção, fazendo sentido e traçando decisões de acordo com o conjunto de suas experiências, que lhe são singulares. Desse modo, sua carreira é singular, individual, mas é também social”. Portanto, a carreira pode ser vivenciada pela pessoa, porém é feita por coletividades (DELUCA; ROCHA-DE-OLIVEIRA, 2016).

De acordo com Mayrhofer et al (2012), as carreiras são sempre carreiras em contexto, sendo influenciadas pela origem, trabalho, sociedade, cultura e o global. Estes elementos se relacionam e formam o cenário em que as trajetórias são construídas. A compreensão da história e do momento em que os indivíduos, grupos e organizações estão possibilita a investigação das interações, observando o surgimento e a construção de carreiras individuais, como também o aparecimento, a transformação e a extinção de ocupações (DELUCA; ROCHA-DE-OLIVEIRA, 2016).

No que tange a carreira empreendedora, Chanlat (1995) afirma que é constitutiva de nossa sociedade capitalista liberal e de sua ideologia de sucesso individual. No decorrer do século XIX, ela foi particularmente valorizada, pois, era a ilustração da superioridade liberal sobre a sociedade aristocrática feudal. Já no século XX, a carreira do tipo empreendedor, sem desaparecer, foi largamente substituída pelos dois tipos de carreira precedentes. A complexidade dos problemas, a concentração das empresas, a expansão do Estado deixaram esta carreira em segundo plano. Há alguns anos, a carreira de empreendedor, após ter sido eclipsada pela expansão das grandes organizações, parece ressurgir de maneira interessante. Fatores como: as dificuldades do setor público, a crise do Estado-Providência, as dispensas maciças em certas indústrias, as concorrências internacionais parecem ter empurrado, por sua vez, os governos, as empresas e as sociedades para valorizarem novamente a carreira empreendedora (CHANLAT, 1995).

A carreira de empreendedor é ariscada, porém em caso de sucesso, oferece recompensas materiais mais elevadas e, em certos casos, bem consideráveis. Basta pensar em todos os empreendedores que partiram do nada e ficaram bilionários (CHANLAT, 1995).

Em complemento, sobre a carreira do empreendedor, Fillion (1991) fundamenta que é constituída da combinação de três elementos básicos: *know-how*, conhecimento próprio e visão de futuro. Os empreendedores almejam crescimento pessoal e de seu negócio. O aprendizado é um fator crítico de sucesso, pois empreender é uma atividade complexa, que está em constante evolução.

Ainda sob a perspectiva de Chanlat (1995), que enfatiza que a carreira empreendedora está ligada a um tipo diferente de empresa, uma empresa independente, com foco na pessoa do

empreendedor e com traços dele derivados. O autor explica que, nesse tipo de carreira, o sucesso resulta do talento unido ao trabalho; sendo assim, em sua essência, a pessoa empreendedora é o núcleo dessa carreira, que se desenvolve por meio da criação e da ascensão de valores, por meio de um sistema de inovação de produtos, processos e serviços.

Em uma concepção mais ampla, a carreira empreendedora é sobremaneira reforçada pelos artistas, os fundadores de empresas culturais, comunitárias e beneficentes, além dos antes considerados empreendedores, os artesãos, os comerciantes e os proprietários de pequenas empresas (CHANLAT, 1995, 2005).

Desta forma, as características da carreira empreendedora, que a diferem das carreiras tradicionais, são expostas por Grenhaus et al. (2000) a seguir.

- Compromisso pessoal: as carreiras empreendedoras são marcadas por um grau mais elevado de compromisso pessoal com o sucesso do empreendimento, pois a carreira e os negócios estão interligados. O sucesso ou insucesso em um desses universos implica o sucesso ou insucesso no outro. Assim, a carreira empreendedora envolve, substancialmente, um grau de risco elevado (falha pessoal, perdas financeiras e turbulências na carreira). Sob esse prisma, a carreira é o negócio próprio e este é, em suma, a carreira;

- Baixo grau de estruturação, previsibilidade e suporte: isso se comparada ao emprego tradicional e ao que uma organização poderia oferecer. Segundo os autores, é claro que, para alguns, estrutura e previsibilidade são as razões para evitar uma carreira organizacional; todavia, para indivíduos que não estão preparados para o empreendedorismo, a falta de infraestrutura corporativa e sistema de apoio pode ser desconcertante;

- Direcionamento para a ação e a inovação: os empreendedores devem possuir uma grande tendência para a ação e a inovação; por extensão, o empreendedor deve mostrar a capacidade de responder rapidamente às mudanças ambientais;

- Realização de diversos papéis funcionais simultaneamente: mais precisamente, o empreendedor pode estar envolvido com operacionalização, marketing, recursos humanos e planejamento de todas as funções ao mesmo tempo, o que difere da carreira tradicional, em que se obriga apenas a uma função por vez.

Deste modo, as características relatadas por Grenhaus et al. (2000) sintetizam e se unem a diversas outras dos teóricos que tratam de empreendedorismo, elas divisam a carreira empreendedora das demais. Neste sentido, Filion (1991) enfatiza que a carreira empreendedora é um modo de se desenvolver em meio a um campo de especialidade do indivíduo, ela é particularmente precípua, porque vai elevar as atividades de trabalho em um campo familiar, de maior domínio da pessoa.

Assim, a carreira empreendedora tem suas especificidades e deve ser tratada como algo particular, enxertado em um campo de atividade existente, nesse contexto, para estudar seu desenvolvimento, como nas demais carreiras, é preciso analisar os fazeres e os aspectos pertinentes às suas etapas (FILION, 1991). Citrin e Smith (2003) enfatizam a necessidade de criação de valor e de inovação em cada fase da carreira, asseguram que as pessoas com carreiras extraordinárias entendem como o valor é criado no local de trabalho e traduzem esse conhecimento criativo em ação, construindo valor pessoal sobre cada fase de uma carreira.

A carreira empreendedora, para Chanlat (2005), é um dos tipos de carreira inseridos na concepção moderna de carreira, na qual o indivíduo procurará o desenvolvimento tanto em seu aspecto ocupacional, quanto em relação à sua vida (FILION, 1999). Hall (2002) explica que as carreiras contemporâneas se tornaram instáveis e flexíveis, o que acarretou mudanças nos estágios e ciclos de carreira, antes mais rígidos e relacionados à idade cronológica.

London e Stumpf (1982) reforçam que as transições entre os estágios da carreira são reflexos das necessidades, motivos e aspirações individuais, bem como derivam de ordenações sociais. As transições entre os estágios da carreira são impulsionadas por uma série de dificuldades e oportunidades, além de dependerem das personalidades do indivíduo e de sua

resiliência e adaptação ao novo (HALL, 1995), o período de tempo associado a cada estágio da carreira varia muito em função da profissão ou da pessoa que a exerce (SCHEIN, 1996) e não se relaciona mais à idade cronológica, mas à da carreira (HARRINGTON E HALL, 2007).

Desta forma, enquanto alguns teóricos sobre carreira vêem carreira apenas em termos do trabalho que alguém desempenha (ARTHUR et al., 1989), uma carreira empreendedora é grandemente influenciada pelo que está ocorrendo, por exemplo, nos âmbitos pessoais e familiares da vida de uma pessoa (DYER JR., 1994). Schein (1978) considera a carreira como sendo um dos pontos de ancoragem social pelos quais uma pessoa passa por meio da trajetória de vida, promovendo uma interação do trabalho com a família e com a vida pessoal em geral. Esta forma de abordar a carreira provê um contexto mais abrangente, necessário para se estudar a carreira empreendedora.

2.3 Rede de relações

Uma rede “é o conjunto de pessoas com as quais o ato de manter relações de amizade ou de camaradagem permite conservar e esperar confiança e fidelidade. [...] essas redes, tradicionais ou modernas, são alianças generalizadas criadas na aposta na dádiva e na confiança” (CAILLÉ, 2002, p. 65). Para Granovetter (1992), as redes são formadas por laços que podem ser fortes, fracos ou ausentes. O que caracteriza a intensidade do laço é a combinação entre tempo, intensidade emocional, confiança mútua e serviços recíprocos.

Neste sentido, o desenvolvimento de uma empresa pode ser descrito como seqüencial, no qual as transições podem ser caracterizadas por desafios ou tarefas gerenciais específicas. Para enfrentar esses desafios os empreendedores poderão recorrer a aconselhamentos por meio de redes de relações, avaliar fatores de decisão dos investidores, delegar responsabilidades, desenvolver controles e estabelecer políticas (BRUSH et al., 2002).

Filion (1991, p. 69) sobre os empreendedores considera que "as relações e as visões dão origem às ações; as ações requerem, frequentemente, o estabelecimento de novas relações, que por sua vez, influenciam o surgimento de novas visões". O autor aponta que as redes de relações podem ser o principal elemento de suporte para a evolução de uma visão de negócios e identifica três níveis de relações mantidas pelos empreendedores, conforme pode ser observado no Quadro 1.

Quadro 1 - Níveis de Relações

PRIMÁRIO	Familiares
	Ligações em torno de mais de uma atividade
SECUNDÁRIO	Conhecidos
	Ligações em torno de uma atividade bem determinada
	Rede de ligações
TERCIÁRIO	Cursos
	Livros, viagens e exposições industriais

Fonte: Filion (1991).

Desta forma, para Filion (1991) a rede de relações é o elemento mais influente na evolução da visão empreendedora. As relações primárias (familiares) moldam a visão inicial ou emergente e as relações secundárias e terciárias influenciam o desenvolvimento das visões subsequentes (complementar e central). Por sua vez, quanto mais articulada a visão, mais importante será o seu papel na escolha dos critérios para o estabelecimento de novas relações, em uma inter-relação recíproca.

Dos três níveis de relações (Quadro 1) identificados por Filion (1991), as relações primárias, são as mais influentes, no que diz respeito às visões de mundo básicas do empreendedor e às escolhas que, mais tarde, ele fará, em outros níveis, no sistema de relações.

Assim, o ambiente familiar molda atitudes e expectativas em relação ao empreendedorismo e pode incentivá-las ou restringi-las, moldando identidades e ações. Histórias empreendedoras são construídas com referência a relacionamentos pessoais com cônjuges, pais e filhos (RAE, 2007).

Ainda sobre as relações primárias, a família, auxilia na construção dos *habitus* primários (os mais duráveis) do indivíduo. Da mesma forma, contribui para que o potencial empreendedor interiorize elementos socioculturais do meio e desenvolva comportamentos que podem levar à inovação (JULIEN, 2010). Ter empreendedores na família facilita o reconhecimento do sucesso destas pessoas e o valor do comportamento empreendedor (UZUNIDIS et al., 2013; SELMI; HADDAD, 2013). Assim, viver em um ambiente cujos familiares sejam empreendedores ou apoiem o empreendedorismo aumenta o potencial empreendedor do indivíduo (KURATKO, 2015). As pessoas apresentam mais chances de tornar-se empreendedores se houver um exemplo na família ou no seu meio (FILION, 1991).

Quanto mais articulada for a visão do empreendedor, mais importante será o papel por ela desempenhado na escolha dos critérios para o estabelecimento de uma rede de relações (FILION, 1991). Com o passar do tempo, o empreendedor tenderá cada vez mais a desenvolver relações secundárias e terciárias. As relações secundárias desenvolvem-se a partir de atividades bem definidas: clubes sociais, grupos religiosos, negócios e política. Algumas podem se transformar em relações primárias. As relações terciárias são escolhidas para satisfazerem uma necessidade bem definida. Elas não implicam, necessariamente, contato pessoal, mas apenas contato com a área de interesse (FILION, 1994).

Desta forma, no que tange a sobrevivência e o crescimento de uma empresa, Lechner e Dowling (2003), acreditam que depende da habilidade do empreendedor em criar, manter e estender sua rede de relações organizacionais. Nesse contexto, o papel do empreendedor parece ser crítico em construir relações externas, para tanto a sua rede de relações pessoais será um recurso importante. Filion (1994), que deve existir uma coerência entre a qualificação das pessoas que figuram no sistema de relações e as pretensões do empreendedor. Quanto mais ambiciosa for sua visão, tanto maior deverá ser sua capacidade de atrair pessoas capazes.

Desta forma, pertencendo a diversos grupos sociais e redes de relacionamento, os empreendedores podem usar e explorar suas redes pessoais e profissionais (GEDAJLOVIC; CARNEY, 2010; HERNANDEZ-CARRIÓN et al., 2017; STAM et al., 2014). Como a literatura já evidenciou em várias áreas, a capacidade de uma empresa de acessar recursos estratégicos aumenta com o tamanho das redes pessoais e profissionais de seus empreendedores (PENG et al., 2005; WESTERLUND; SVAHN, 2008). Esse vínculo positivo entre o tamanho da rede e o potencial para acessar recursos estratégicos mostra-se particularmente relevante no caso de capacidades de inovação (CAPALDO, 2007) e capacidades comerciais para enfrentar novos mercados (COVIELLO; MUNRO, 1995 ; LEE, 2007).

No domínio do empreendedorismo, pode-se ver como o tamanho das redes pessoais e profissionais do empreendedor individual e dos membros fundadores da empresa tem um impacto positivo no nível de acesso aos recursos necessários para a criação dos negócios (CHETTY; WILSON, 2003; GREVE, 1995; JACK; ANDERSON, 2002; SASI; ARENIUS, 2008) e entrada em novos mercados caracterizados por grandes incertezas (BATJARGAL, 2003; BJORKMAN; KOCK, 1995). Também existem evidências para mostrar que as diversas redes permitem que os empreendedores acessem recursos-chave que lhes permitam iniciar seus negócios (BATJARGAL, 2003, 2007; GREVE, 1995).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em relação à abordagem, a pesquisa pode ser definida como qualitativa. Godoy (1995) fundamenta que a pesquisa qualitativa envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos. O ambiente e as pessoas nele inseridas devem ser analisados holisticamente, isso é, não reduzidos a variáveis, mas observados como um todo, dentro de um contexto.

No que tange a coleta de dados optou-se pela análise fílmica, cujo objetivo está em pensar uma obra de cinema em seu pormenor, tentando apreciá-la e compreendê-la melhor partindo do estudo minimalista de um ou mais de seus aspectos. É assim que Vanoye e Goliot-Lété (1994, p. 15) definem a análise fílmica:

Analisar um filme ou um fragmento é, antes de mais nada, no sentido científico do termo, [...] decompô-lo em seus elementos constitutivos. É despedaçar, descosturar, desunir, extrair, separar, destacar e denominar matérias que não se percebem isoladamente 'a olho nu', pois se é tomado pela totalidade. Parte-se, portanto, do texto fílmico para 'desconstruí-lo' e obter um conjunto de elementos distintos do próprio filme. [...] Uma segunda fase consiste, em seguida, em estabelecer elos entre esses elementos isolados, em compreender como eles se associam e se tornam cúmplices para fazer surgir um todo significante: reconstruir o filme ou o fragmento.

A análise fílmica é respaldada pelo estudo observacional indireto e não participante. O uso dessa estratégia de observação não participante é defendido por Flick (2009), que caracteriza a análise fílmica como uma estratégia em que o observador tende a não influenciar o fenômeno observado, pois ele constrói os significados para si mesmo, a partir de suas pressuposições e acaba por direcionar as ações dos atores da forma como ele a percebe.

A coleta de dados por meio da análise fílmica resulta em uma estratégia menos tendenciosa e mais apurada, uma vez que os registros podem ser reavaliados tantas vezes quanto necessárias, devido à vantagem do acesso repetido às cenas, o que permite a inclusão de vários aspectos diferentes de um mesmo fato (COOPER; SCHINDLER, 2003; LEITE et al., 2010).

O filme cria um espaço para a representação do mundo, na qual os indivíduos encontram a si mesmos. A realidade pode se manifestar com intensidade na narrativa ficcional (PHILIPS, 1995). Sobre a temática da linguagem fílmica, destaca-se que, em 1948, Maurice Merleau-Ponty considerou o cinema como uma arte fenomenológica, no sentido de que o filme não é uma simples soma de imagens fixas e, sim, a percepção do todo que é acompanhada de uma unidade temporal, visual e sonora. Do mesmo modo, a significação do cinema passa a ser possível diante da percepção do indivíduo que, em vez de pensar o filme, percebe-o. Nesse contexto, a percepção, o olhar e a memória são os agentes de modificação entre o real e o irreal e tornam-se mais que receptores de sensações, pois realizam um trabalho intelectual, possibilitando uma reflexão entre a realidade e o irreal (VIEGAS, 2008).

Flick (2009) sugere um modelo para análise de filmes com quatro etapas: ver e sentir - o filme é assistido de forma ampla, capturando impressões, sentimentos e significados visíveis; definir *questão de pesquisa - por meio de cenas-chave, perguntas são formuladas para encontrar a questão* de pesquisa; microanálises estruturadas - análise das cenas (atenção para cenários, falas, contexto, comunicação não-verbal) para encontrar padrões e descrições detalhadas; busca por padrões - para responder à questão de pesquisa, procura-se padrões no filme completo.

Tendo em vista o objetivo deste artigo, optou-se por um filme em que fosse possível observar a influências da rede de relações na carreira de um empreendedor. O filme analisado foi a obra americana "*Walt before Mickey*", no Brasil foi renomeado para Walt antes do Mickey, um filme biográfico, que teve como base o livro "*Walt before Mickey*" que além de

contar a biografia de Walt Disney, também conta sua carreira como desenhista. O filme foi produzido por Khoa Lê, lançado nos Estados Unidos em 2014. O filme aborda a trajetória de Walt Disney antes da criação do personagem Mickey Mouse, que pode ser considerado o personagem que propiciou uma grande virada na carreira de Walt Disney.

Para analisar o filme, os autores assistiram o mesmo e realizaram suas análises e anotações. Algumas cenas e falas foram selecionadas por serem consideradas relevantes para o atendimento do objetivo deste estudo. O filme é americano, o que ocasionou uma limitação devido a língua estrangeira. Neste sentido, as falas transcritas foram fiéis a legenda em português.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção será apresentado brevemente o contexto e o enredo do filme, assim como a caracterização dos personagens principais e, em seguida, os aspectos do filme relacionados à influência da rede de relações do empreendedor em sua carreira. O filme *“Walt before Mickey”* relata a história de Walt Disney antes da criação do personagem Mickey, bem como as influências de sua família, professores, amigos e colegas de trabalho em sua carreira empreendedora.

Walt Disney nasceu em 5 de dezembro de 1901, em Chicago, Estados Unidos. Filho de Elias Disney, que era empreiteiro e Flora Call Disney, professora. Desde criança Walt gostava de desenhar, enquanto seu pai o reprendia, pois acreditava que os desenhos não lhe dariam um futuro promissor, Walt sempre pode contar com o apoio de seu irmão mais velho Roy Disney, que mais tarde viria a se tornar seu sócio. Walt se mudou com sua família para Kansas City e ingressou no Kansas City Art Institute, aos 16 anos ingressou na Cruz Vermelha, onde era motorista de ambulância, aos 18 anos retornou a Kansas City e iniciou a carreira de cartunista de propaganda e depois passou a produzir suas próprias animações.

Em 1923, Walt Disney partiu para Hollywood, levando um filme feito com a técnica de desenho animado e atores reais. Junto com o irmão montou uma produtora e ofereceu seus filmes à distribuidora M. J. Winkler. Produziu "Alice" e em seguida "O Coelho Oswald". Em 1925, casou-se com Lillian Bounds, uma de suas primeiras funcionárias. Em 1927 criou o ratinho, que foi batizado por sua esposa, com o nome de "Mickey Mouse", que se tornaria um dos maiores sucessos de sua produtora, e seu grande ponto de virada de carreira.

Assim, o filme começa com uma cena em forma de desenho, onde Walt ainda criança aparece atrás de uma grade, passando para o telespectador uma impressão de que o menino é repreendido ao tentar seguir seus sonhos. Na sequência Walt relata que seus primeiros rascunhos apareceram quando ele tinha apenas 7 anos e reforça os ensinamentos de seu pai. Reforçando a influência do pai em sua formação, quanto a honestidade, reputação, correr riscos, trabalho duro e persistência. Características estas que foram fundamentais para a virada de carreira de Walt Disney, segue falas do filme:

Walt: *“ meu pai me ensinou a importância da honestidade e de uma boa reputação, eu o vi correr riscos, aprendi a trabalhar duro e a ter persistência. ”*

Elias: *“Walt! Está rabiscando o celeiro de novo? Oh meu Deus do céu! ”*

Walt: *“Meu pai, nunca me entendeu, ele sempre pensou que eu fosse a ovelha negra da família. Meu irmão mais velho Roy diria...heín garoto! Pense em você! Vai em frente! Ele me encorajava, eu fazia qualquer coisa para chamar a atenção. ”*

Neste trecho do filme, por meio das falas de Walt e Elias, fica evidente que apesar de o pai de Walt não apoiar a carreira do filho como desenhista, ele teve forte influência na formação do perfil empreendedor de Walt. No que tange aos ensinamentos e exemplos referentes a correr riscos, trabalho duro e persistência. Estes são aspectos relacionados a personalidade de Walt que ficam evidentes no filme, e que segundo ele foram aprendidos com

seu pai. Em consonância com a teoria, que enfatiza que entre as características individuais dos empreendedores salientam-se a propensão para correr riscos (FILION, 2011; BROCKHAUS, 1982), persistência (LOPES; SOUZA, 2005) e grau elevado de compromisso pessoal (trabalho duro) (GRENHAUS et al., 2000).

No que se refere ao irmão Roy Disney, do começo até o fim do filme ele foi um dos principais apoiadores de Walt em todas as suas tentativas de empreender. E na fala descrita Walt deixa claro que Roy o encorajava, neste sentido, Roy foi fundamental para o sucesso de Walt. Em consonância com Filion (1991), que endossa que a rede de relações é o elemento mais influente na evolução da visão empreendedora, sendo a família uma das redes mais influentes, e que irá impactar nas escolhas que o empreendedor fará ao longo da vida.

No decorrer do filme Walt fala sobre um amigo que conheceu em Kansas City, e que também se chamava Walt e tinha gosto pelo teatro. Os dois Walt imaginavam que eram dois grandes artistas, e esta amizade também teve influência sobre o rumo que a carreira de Walt teria ao longo de sua trajetória, conforme a seguinte fala:

Walt: Eu tinha um amigo que também se chamava Walt, nós queríamos impressionar os outros garotos e achávamos que éramos grandes artistas, nós nos chamávamos de os dois Walt. Eu interpretei Charles Chaplin, que ganhou muitos prêmios como vocês sabem. Fomos vaiados na primeira noite. Meu pai não gostava do show business e me arrumou um emprego no dia seguinte no cinema local. Aos 13 anos me lembro de ver que o quatro da cena de um filme era uma imagem, então eu pensei, eu posso desenhar isso. A partir daí tudo que eu conseguia pensar era em animação, eu queria ser um artista, eu fiquei obcecado, era minha vida, era o que me movia, era minha paixão. Não importava o quanto eu me encrencava na escola com os meus professores. ”

Nesta fala mais uma vez Walt reforça que o pai não o apoiava na carreira artística, mas que lhe conseguiu um emprego no teatro da cidade, onde pela primeira vez Walt conheceu como eram feitas as cenas dos filmes, e a partir de então teve certeza que era isso que queria para sua vida. Nas cenas seguintes o filme evidencia a repreensão que Walt sofria na escola quanto ao seu gosto pelos desenhos. A fala e a cena também evidenciam a importância do contexto na influência da carreira empreendedora, o ambiente do cinema despertou ainda mais o empreendedorismo em Walt.

Walt relata que se alistou para o exército aos 16, porém por ser menor de idade acabou como motorista da Cruz Vermelha na Guerra, onde fez muitos desenhos sobre os soldados e piolhos, também fazia e vendia desenhos para que os soldados enviassem para suas namoradas. E ao voltar da Guerra Walt recorre a Roy, que mais uma vez lhe apoia e lhe consegue um emprego como desenhista, conforme falas seguintes de Édna (esposa de Roy), Roy e Walt:

Édna: “O Roy pediu um favor a um amigo, você tem uma entrevista de emprego amanhã. ”

Roy: “Isso mesmo, vamos encontrar um terno para você usar, está elegante, mas não tão elegante. ”

Walt: “Eu não sabia o que esperar na entrevista, eu não tinha necessariamente um portfólio, só tinha todos esses desenhos que eu havia feito na França durante a Guerra com colegas cheios de piolhos. ”

E foi neste emprego que Walt conheceu um colega de trabalho que mais tarde viria a ser seu melhor e fiel funcionário, Ub Iwerks foi uma das pessoas mais importantes da rede de relações de Walt, juntos criaram Mickey Mouse, que foi o desenho responsável pela virada de carreira de Walt. Desta forma, de acordo com Filion (1991), com o passar do tempo, o empreendedor tenderá cada vez mais a desenvolver relações secundárias, sendo que algumas podem se transformar em relações primárias. Foi o que aconteceu com Ub com o passar do tempo tornou-se um dos principais e influentes membros da rede de relações de Walt.

Quando Walt e Ub foram demitidos, Walt teve a ideia de criar seu próprio estúdio de animações e para isso chamou seus colegas de trabalho para ajudar nas animações. A primeira cede foi em um celeiro. Neste contexto, o empreendedor pode ser visto como um ator imerso em uma rede de relações e, sendo capaz de usufruir dos recursos que aí circulam (MARTES, 2009; MARTINELLI, 2009).

Ao vender a sua primeira animação para o cinema, Walt como muito orgulho ligou para seu irmão Roy para contar, conforme trecho do filme:

Walt: “Está acontecendo Roy, eu não só consegui uma casa pra mim, mas tenho uma nova equipe comigo e vendemos a nossa primeira animação.”

Roy: “Que ótimas notícias, Edna me conto que você se mudou.”

Walt: “E ela vai passar no cinema do Newman.”

Roy: “Isso é muito bom, quanto está ganhando por cada animação?”

Walt: “30 centavos por centímetros.”

Roy: “E quanto você gasta?”

Walt: “30 centavos por centímetro.”

Roy: “Então você está vendendo pelo custo.”

Walt: “Eu me esqueci de adicionar o lucro.”

Neste trecho do filme mais uma vez a influência de Roy na carreira de Walt se faz presente. Apesar de Walt ter um perfil empreendedor, ele não tinha habilidade no que se refere aos assuntos financeiros, e neste sentido Roy o alerta sobre sua falha ao definir o preço de suas animações. Neste sentido, Grenhaus et al. (2000), fundamenta que uma das características da carreira empreendedora é a realização de diversos papéis. No entanto, os empreendedores raramente possuem todas as competências necessárias para o sucesso do empreendimento (BIRLEY, 1985; DUBINI; ALDRICH, 1991). Assim, torna-se importante que os empreendedores reconheçam suas próprias habilidades, conhecimentos e limitações, entendendo a necessidade de interagir com pessoas que possuem habilidades complementares para otimizar sua contribuição para o empreendimento (TOUTAIN et al., 2017).

Então por não reconhecer em tempo sua inabilidade nas questões financeiras Walt acaba falindo sua primeira tentativa de empreender no ramo das animações. E comprovando mais uma vez a influência da rede de relações na carreira de um empreendedor, Walt relembra de seu pai, a lembrança é de sua infância, Walt estava desenhando no celeiro e seu pai bravo lhe diz:

Elias: “Walt! O que está fazendo desenhando no celeiro? Acho que te mandei fazer suas tarefas. Deixe-me te falar sobre a vida, sempre termine o que começou e tudo que valha ser feito, faça bem feito! Você me entendeu?”

Então enquanto Walt dorme sobre a mesa do escritório na cena seguinte a lembrança de seu pai, um ratinho que foi a inspiração para o personagem Mickey surge em cima da mesa de Walt. Neste momento, Walt escreveu uma carta para uma distribuidora de desenhos de Nova York, oferecendo uma novidade, que seria Alice. E na próxima cena Walt recebe uma correspondência afirmando que a distribuidora quer ver a série de Alice. Porém Walt não conseguiu manter a companhia aberta, devido a sua falta de recursos financeiros.

Desta forma, Walt liga para sua mãe pedindo um dinheiro que deixou com seu pai, porém ela não pode lhe enviar. Nas cenas seguintes Walt anda pelas ruas com o rato no bolso procurando algo para comer, ele encontra comida no lixo e divide com o pequeno rato. Assim, em uma discussão com um policial, o rato acaba sendo morto, o policial esmagou o pequeno rato, Walt chora na cena e fica muito abalado com a morte do rato. Na sequência ele liga para Roy e conta que perdeu tudo que havia conquistado.

Walt volta para sua empresa a noite para pegar a animação da Alice, que era sua última esperança, Ub aparece na cena e os dois conversam. Walt conta que pretende ir para a Califórnia recomeçar, Ub diz que é uma ótima ideia e entrega a Walt sua maleta de acessórios para

desenhar. Walt agradece emocionado. Walt vendeu tudo que tinha e comprou a passagem de trem para a Califórnia. As dificuldades ao longo da carreira empreendedora podem incentivar os empreendedores a encontrar soluções observando, interagindo e se comunicando com pessoas de sua rede (HOLCOMB et al., 2009; LAVE; WENGER, 1991; RAE, 2006).

Chegando em Los Angeles seus tios Robert e Charlotte estavam lhe esperando. Walt pagava uma pensão de 5 dólares por semana para seus tios, quem lhe ajudava a pagar era seu irmão Roy. Robert também não apoia a carreira de Walt como animador, enquanto sua tia Charlotte o ajuda escrevendo as cartas que Walt envia para os estúdios.

Walt retoma seu trabalho no filme da Alice na garagem de seus tios, Charlotte convenceu Robert a emprestar 500 dólares para Walt. Um conceituado estúdio se interessou no filme da Alice e acabou encomendando mais trabalhos de Walt por meio de uma carta, quando Walt recebeu a carta correu até Roy para lhe contar a novidade, e convidou Roy para administrar os negócios, conforme a seguir:

Walt: “Descobri o que eu estava fazendo de errado em Kansas City, sou louco por animação, mas passei tanto tempo fazendo negócios que isso tirou de mim parte do meu lado criativo, não posso fazer isso sozinho, preciso de alguém em quem possa confiar, preciso de alguém que cuide dos negócios. ”

Roy: “Não...não...de jeito nenhum...eu ainda não estou muito bem. ”

Walt: “E no que estará se ficar preso aqui? ”

Roy: “O que é? Virou médico agora? ”

Walt: “Pense bem Roy, está cercado de gente doente o tempo todo, e você não faz nada a não ser estar doente! E se você se ocupasse? Anda, estaria com seu irmão! E fazendo dinheiro, eu acho que vale a pena tentar. ”

Roy: “Tá, você ficou maluco mesmo, é o que eu acho. ”

Walt: “Então vai fazer? ”

Roy: “Sob uma condição! ”

Walt: “Qual é? ”

Roy: “Você tem que ser sincero comigo em tudo, eu tenho que saber o que está havendo, não importa quão pequeno você pensa que seja. ”

Walt: “Fechado! ”

Após reconhecer sua limitação quanto a administração dos negócios Walt propõe uma sociedade a seu irmão Roy. Desta forma, o empreendedor pode acessar recursos que lhe sejam complementares por meio de relacionamentos com redes, que ultrapassa os limites da organização, incluindo clientes, fornecedores, investidores, credores, familiares, amigos e outros (GREGOIRE et al., 2001; MAN, 2006). Além disso, a confiança também se apresenta como um fator determinante no acesso a determinado membro da rede do empreendedor (TOUTAIN et al., 2017).

Assim, começou a parceria entre os dois irmãos Walt e Roy, e Walt reúne novamente toda equipe do seu primeiro empreendimento, e Ub está nesta equipe mais uma vez. Walt confia em Ub e o considera um animador melhor do que ele próprio, conforme o trecho a seguir:

Walt: “Muito bem, com o Ub aqui meus dias de desenhista acabaram. Acho que eu vou me focar no roteiro, direção e produção. ”

Roy: “Você tem certeza? ”

Walt: “E por que não? O Ub é um animador melhor do que eu, e um dos caras mais leais que eu conheço. ”

Ub: “Obrigada Disney. ”

Em consonância, Filion (1991) afirma que o nível primário de relações é responsável pela visão inicial ou emergente e os níveis seguintes levam à visão central, que indica ao empreendedor o que deve ser feito, levando-o a evoluir da concepção para a realização de um projeto.

Desta forma, na constituição da nova empresa, com objetivo de pagar salários mais baixos os irmãos Disney decidem contratar mulheres para colorir as animações. E foi em uma das entrevistas que Walt conheceu Lillian Bounds, que viria posteriormente a se tornar sua esposa. Historicamente, mulheres de todas as classes sociais e idade foram e são discriminadas no mercado de trabalho, inicialmente porque eram consideradas inúteis ou mesmo frágeis para a maioria dos trabalhos, assim o valor de sua mão de obra é desvalorizado (FERREIRA, 2013).

Na sequência do filme, pela segunda vez Walt está quase fracassando em seu empreendimento, seu estúdio não tem mais dinheiro para pagar os funcionários e nem investir em novos personagens. Então Walt decide ir para Nova York com Lillian renegociar valores com seu distribuidor. Porém eles não chegam a um acordo e rompem suas negociações. Walt decidiu ariscar, e na volta para Kansas no trem viu um menino desenhando e lembrou de sua infância, de sua paixão pelas animações. Então decidiu que não ia trabalhar para mais ninguém enquanto vivesse, que ele seria seu próprio chefe. Walt precisava de um novo personagem, que representasse seus ideais. Também percebeu que precisava das pessoas certas para tornar um sonho em realidade. Assim, “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION, 1991, p. 19).

Na cena seguinte Walt aparece mostrando para Ub um desenho, e dizendo que este seria o novo personagem “Mortimer o rato”, este personagem é descrito por Walt como um aventureiro, inocente e confiável, ele tem ótimas intenções, ele é amigo de todos e acredita que o mundo pode ser um lugar melhor. Walt entregou o desenho para Ub trabalhar nele e pediu para que não mostrasse a ninguém que não fosse de confiança. Lillian esposa de Walt sugeriu o nome Mickey Mouse e Ub fez a versão final do personagem.

O personagem Mickey Mouse foi o protagonista da grande virada na carreira de Walt Disney, mas para o desenvolvimento e consolidação deste personagem Walt contou com sua rede de relações. Assim, durante a carreira de Disney, relatada no enredo do filme, todos os momentos de transição tiveram a influência de sua rede, seja família, colegas de trabalho e amigos. Inclusive no grande marco da carreira de Disney, a criação do personagem Mikey, onde houve principalmente a influência de sua esposa e amigo Hub.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O filme *Walt before Mickey* apresenta um enredo que se assemelha as teorias relacionadas a influência das redes de relações nas carreiras dos empreendedores. Assim, foi possível responder o questionamento norteador deste estudo, **a rede de relações pode ter influência nos pontos de virada da carreira de um empreendedor?** Por meio da análise fílmica foi possível evidenciar que ao longo da trajetória de Walt Disney sua rede de relações teve influência nos pontos de virada de sua carreira empreendedora. Principalmente a rede primária, constituída pela sua família e seu amigo Ub.

O enredo do filme também possibilitou evidenciar a importância do empreendedor conhecer suas inabilidades, tornando consciente quais recursos precisa buscar em sua rede de relações, com objetivo de complementar o seu repertório. Assim, este artigo teve como principal propósito contribuir para a discussão acerca do impacto da rede de relações na carreira de empreendedores. Ao identificar, por meio da análise fílmica, a questão da importância não só da família, mas também dos colegas de trabalho e amigos enfim da rede como um todo no desenvolvimento de uma carreira empreendedora.

Assim, como contribuição deste estudo entende-se a ampliação do conhecimento sobre o tema, uma vez que o estudo propõe compreender a influência das redes na carreira empreendedora, que representa uma lacuna nos estudos desta área, bem como incentivo ao debate e reflexão sobre a influência das redes que deve permear as discussões sobre carreira empreendedoras.

Como limitação, apontamos o fato de que, ainda que pertinente ao tema, o filme analisado retrata uma realidade americana. Desta forma, como sugestões para estudos futuros, sugerimos o desenvolvimento de análise fílmica analisando contextos semelhantes, porém retratando uma realidade brasileira, e também envolvendo os aspectos relacionados a gênero, bem como a caracterização dos laços (fortes ou fracos) sob a lente da teoria de redes de Granovetter.

REFERÊNCIAS

- ALDRICH, H.; ZIMMER, C. **Entrepreneurship through social networks**. In: SEXTON, D.; SMILOR, R. (Org.). *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger Publishing, 1986.
- AMIT, R. et al. Does venture capital foster the most promising entrepreneurial firms? **California Management Review**, primavera, v.32, p.103, 1990.
- ARTHUR, M. B.; LAWRENCE, B. S. Perspectives on environment and career: na Introduction. **Journal of Organizational Behavior**, v. 5, p. 1-8, 1984.
- ARTHUR, M. B. et al. Gerando novos rumos na teoria da carreira: o caso de uma abordagem transdisciplinar. **Manual de teoria da carreira**, v. 7, p. 25, 1989.
- BARNIR, A.; SMITH, K. Interfirm alliances in the small business: the role of social network. *Journal of Small Business Management*, **Morgantown**, v. 40, n. 3, p. 219-232, July 2002.
- BENTO, M. A. S. **Branqueamento e branquitude no Brasil**. Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil. Petrópolis: Vozes, p. 5-58, 2002.
- BIRLEY, S. The role of networks in the entrepreneurship process. **Journal of Business Venturing**, New York, v. 1, p. 107-117, Winter, 1986.
- BONNEWITZ, P. **Primeiras lições sobre a sociologia de Pierre Bourdieu**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2008.
- CAILLÉ, A. **Dádiva e associação**. In: MARTINS, P. H. (Org.). *A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- CAVALCANTI, L. Novos fluxos migratórios para o mercado de trabalho brasileiro. Desafios para Políticas Públicas. **Revista da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia (Anpege)**, v.11, n.16, p. 21-35, 2015.
- CHANLAT, J. F. Quais carreiras e para qual sociedade?, **Revista de administração de Empresas**, v. 35, n. 6, p. 67-75, 1995.
- CHANLAT, J. F. Mitos e realidades sobre o estresse dos gerentes. **Gerência em ação: singularidades e dilemas do trabalho gerencial**. Rio de Janeiro: FGV, p. 29-65, 2005.
- CITRIN, J. M.; SMITH, R. **The 5 patterns of extraordinary careers: The guide for achieving success and satisfaction**. Random House LLC, 2003.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DA SILVA, J. A. B. Métodos e práticas colaborativas na cadeia de suprimentos: revisão de literatura. NAVUS - **Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, v. 10. n. 2, p. 76-91, abr. 2019.
- DA SILVA, J. A. B. et al. Trade-offs de custos logísticos: uma avaliação de conhecimento em uma multinacional. **Revista Produção**, Florianópolis, v. 19, n. 1, p. 179-202, 2019.

- DA SILVA, J. A. B.; SCHLAG, F. Aspectos tangíveis e intangíveis na definição de qualidade do transporte público. In: ANAIS DO SEMINÁRIO DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO, ENSINO E EXTENSÃO DO CAMPUS ANÁPOLIS DE CSEH (SEPE), 3, n. 1. **Anais...** 2017.
- DA SILVA, J. A. B.; SILVA, S. Critérios de qualidade em serviços de transporte público urbano: uma contribuição teórica. **Brazilian Journal of Production Engineering**, v. 4, n. 1, p. 83-98. 2018.
- DA SILVA, J. A. B.; SILVA, S. Critérios de qualidade em serviços de transporte público urbano: uma contribuição teórica. **Brazilian Journal of Production Engineering**, v. 4, n. 1, p. 83- 98. 2018.
- DELUCA, G.; ROCHA-DE-OLIVEIRA, S. Carreiras com Tinta: Desenhando uma Trajetória Profissional no Campo da Tatuagem. In: XXXIX Encontro da ANPAD – EnANPAD, Belo Horizonte: Anais do EnAnpad, 2015. Belo Horizonte.
- DELUCA, G.; ROCHA-DE-OLIVEIRA, S. Do Estigma à Arte: a Carreira do Tatuador no Sul do Brasil. In: XL Encontro da ANPAD – EnANPAD, Costa do Sauípe: Anais do EnAnpad, 2016. Costa do Sauípe.
- DOLABELA, F. **Capital social e empreendedorismo**, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática**. Sebrae: São Paulo: Ministério da ciência e tecnologia, 2008.
- DYER JR., W. G. **Toward a theory of entrepreneurial careers**. Entrepreneurship Theory and Practice. Winter, 1994.
- FERREIRA, A. M. A. **Discriminação da mulher no mercado de trabalho**. Jus Navigandi. Teresina, ano 2018, n. 3551, 22 mar. 2013. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/24024/discriminacao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 21 jan. 2020.
- FILION, L. J. Vision and relations: elements for na entrepreneurial metamodel. **Intenational Small Business Journal**, v. 9, n. 2, p. 26-40, 1991.
- FILION, L. J. Carreiras empreendedoras do futuro. **Revista SEBRAE**, Brasília, v. 1, p. 35-51, 2001.
- FILION, L. J. **Competência para conceber o espaço de si**: elementos de sustentação do sistema de atividades empreendedoras, Cáli, Colômbia. Anais do VII congresso latino americano sobre espírito empresarial. Cáli: Universidade de Cáli, 1994. p. 1-32.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.
- FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed., Porto Alegre: Bookman, 2009.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Global entrepreneurship monitor**. Empreendedorismo no Brasil (Relatório Nacional). Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, Paraná, 2018
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abril 1995.
- GREENHAUS, J. H. et al. **Career management**. Mason: Thomson South Western, 2000.
- FRANZOI, N. L. **Inserção profissional**. In: Antonio David Cattani; Lorena Holzamann. (Org.). Dicionário de trabalho e tecnologia. Porto Alegre, RS: Zouk, 2011.
- GRANOVETTER, M. **Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness**. In: GRANOVETTER, M.; SWEDBERG, R. The Sociology of Economic Life. San Francisco: Westview Press, 1992.

- GRÉGOIRE, D. et al. **Evolving conversations: a look at the convergence in entrepreneurship research.** École des hautes études commerciales de Montréal, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, 2001.
- HALL, D. T. **Careers in and out of organizations.** London: Sage Publications Series, 2002.
- HALL, D. T; MIRVIS P.H. The New Career Contract: Developing the Whole Person at Midlife and Beyond. In: **Journal of Vocational Behavior**, v. 47, p. 269-289. 1995.
- HARRINGTON, B.; HALL, D. T. **Career Management & Work-life integration.** London: Sage Publications, 2007.
- HOFSTEDE, G. **Cultures and Organizations: software of the mind.** London: McGraw-Hill, 1991.
- HOLCOMB, T. R. et al. Architecture of entrepreneurial learning: exploring the link among heuristics, knowledge, and action. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, p. 167– 192, 2009.
- JOHANNISSON, B. Personal networks in emerging knowledge-based firms: spatial and functional patterns. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 10, n. 4, p. 297-312, oct./dez.1998.
- JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento.** São Paulo: Saraiva, 2010.
- KAKOURIS, A.; GEORGIADIS, P. Analysing entrepreneurship education: a bibliometric survey pattern. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v.6, n.1, p. 1-18, 2016.
- KELLEY, D. J. et al. **Global report.** London: The Global Entrepreneurship Monitor, 2012. Disponível em: <www.gemconsortium.org/docs/download/2201>. Acesso em: 25 mar. 2020.
- LARSON, A. Partner networks: leveraging external ties to improve entrepreneurial performance. **Journal of Business Venturing**, New York, v. 6, n. 3. p. 173-188, May 1991.
- LARSON, A. Network dyads in entrepreneurial settings: a study of the governance of exchange relationships. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 37, p. 76-104, March. 1992.
- LAVE, L.; WENGER, E. **Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation**, Cambridge University Press, Cambridge, UK, 1990.
- LAWRENCE, B. S. (Eds.) **Handbook of career theory**, p. 7-25, Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
- LECHNER, C.; DOWLING, M. Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 15, p. 1-26, 2003.
- LEITE, N. R. P. et al. O estudo do construto amor em administração: ciência ou senso comum? **Revista Reuna**, v.15, n. 2, p. 59-81, 2010.
- LONDON, M.; STUMPF, S. **Managing careers.** Massachussets: Addison Wesley, 1982.
- LOPES, G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **Revista Eletrônica de Administração**, v.11, n. 6, p. 1-21, 2005.
- MAN, T. W. Y. Exploring the behavioural patterns of entrepreneurial learning: a competency approach. **Education & Training**, v. 48, n. 5, p. 309 – 321, 2006.
- McCLELLAND, D. C. **The achieving society.** Princeton, New Jersey: Van Nostrand, 1961.
- MAYRHOFER, W. et al. **Contextual issues in the study of careers.** In: GUNZ, Hugh; PEIPERL, Maury. Handbook of career studies. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., 2007.
- MARTES, A. C. B. **Redes e sociologia econômica.** São Carlos: EdUFSCar, 2009.

- MARTINELLI, A. **Contexto do empreendedorismo**. In A. C. B. Martes (Org.). Redes e sociologia econômica (pp. 207-237). São Carlos: EdUFSCar, 2009.
- NASSIF, V. M. J. et al. A universidade desenvolve competências empreendedoras? Um mapeamento das práticas de ensino numa universidade brasileira. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v.13, n. 3, p. 597-597, 2012.
- NORMAND, R. **Vale do Silício**: entenda como funciona a região mais inovadora do planeta. [S.l: s. n.], 2015. Disponível em: <<http://www.valedosilicio.com/>>. Acesso em: 23 de fevereiro de 2020.
- OLIVEIRA, M. M. A mobilidade humana na tríplice fronteira: Peru, Brasil e Colômbia. **Estud. av.**, São Paulo, v. 20, n. 57, p. 183-196, Aug. 2006.
- PHILIPS, N. Telling organizational tales: the role of narrative fiction in the study of organizations. **Organization Studies**, London, v. 16, n. 4, p. 625-649, 1995.
- PAIVA, JR. F. G. O. et al. A contribuição das competências empreendedoras para a formação de dirigentes em sistemas de incubação. XXVI E EGEP - Fortaleza, CE, Brasil, 9 a 11 out. 2006.
- POWELL, W. W. et al. Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology. **Admin. Sc. Q.** v.41, p. 116-145, 1996.
- RAE, D. Entrepreneurial learning: A conceptual framework for technology-based enterprise, **Technology Analysis & Strategic Management**, v. 18, n. 1, p. 39-56, 2006.
- ROCHA-DE-OLIVEIRA, S.; PICCININI, V. C. Contribuições das abordagens francesas para o estudo da inserção profissional. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v. 13, p. 63-73, 2012.
- SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- SCHEIN, E. H. **Career dynamics**: matching individual and organizational needs. Reading, MA: Addison-Wesley, 1978.
- SCHEIN, E. H. Careers anchors revised: implications for career development in the 21st century. **The Academy of Management Executive**, v. 10, n. 4, 1996.
- SELMI, I.; HADDAD, S. **Environmental determinants of entrepreneurship**. In: CARAYANNIS, E. (Ed.). Encyclopedia of creativity, invention, innovation and Entrepreneurship. Nova York: Springer Reference, 2013.
- SCHUMPETER, J. A. **Teorias do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- UZUNIDIS, D. et al. **Entrepreneur's "Resource Potential" Innovation and Network**. In: DANA, P. (ed.) Encyclopedia of Creativity, Innovation and Entrepreneurship. Nova York: Springer, 2013.
- VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- VASCONCELOS, G. M. R. Inserção Social e Recursos: um estudo de caso comparativo da criação e desenvolvimento de novos negócios. **Revista de Administração de Empresas**. Brasília, RAE FGV, 2005.
- VIEGAS, S. I. R. Olhar e memória na percepção cinematográfica. Princípios: **Revista de Filosofia**, v.15, n. 24, p. 31-44, 2008.
- VIEIRA, S. F. A. et al. A visão dos estudantes universitários de Administração sobre empreendedorismo: comparações entre o Estudo Guesss Brasil 2011 com o levantamento realizado na Universidade Estadual de Londrina- PR. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, n. 3, p.77-103, 2014.