

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO (FAAC)**

VIVIANE TIEMI OKUBO APARECIDO

OS EMPREENDEDORES DA SÉRIE “THE PARADISE”:

Análise dos personagens John Moray e Denise Lovett

BAURU

2018

VIVIANE TIEMI OKUBO APARECIDO

OS EMPREENDEDORES DA SÉRIE “THE PARADISE”:

Análise dos personagens John Moray e Denise Lovett

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC, na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP, campus de Bauru, como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Relações Públicas, sob orientação da Profª. Drª. Maria Eugênia Porém, com tutoria da Ms. Tainah Schuindt Ferrari Veras.

BAURU

2018

VIVIANE TIEMI OKUBO APARECIDO

OS EMPREENDEDORES DA SÉRIE “THE PARADISE”:

Análise dos personagens John Moray e Denise Lovett

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC, na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP, campus de Bauru, como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Relações Públicas, sob orientação da Profª. Drª. Maria Eugênia Porém, com tutoria da Ms. Tainah Schuindt Ferrari Veras.

Bauru, 15 de janeiro de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Profª. Drª. Maria Eugênia Porém - Orientadora
Departamento de Comunicação Social
UNESP/Bauru

Prof. Dr. Francisco Machado Filho
Departamento de Comunicação Social
UNESP/Bauru

Prof. Dr. Osvando José de Moraes
Departamento de Comunicação Social
UNESP/Bauru

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais que me apoiaram da melhor forma que puderam durante os anos que passei na Unesp, incentivando os estudos, as amizades, as festas e as novas experiências de vida.

À professora Magê por ser a minha orientadora e ter me ajudado a chegar a esse tema de TCC, com o qual aprendi muito. À Tainah Veras por ser a minha tutora e ter me ajudado na elaboração deste trabalho. Aos professores Francisco Machado Filho e Osvando José de Moraes que compuseram a minha banca avaliadora.

Às amigas que fiz durante esses quatro anos em que frequentei a Unesp Bauru, que me mostraram que realmente: Bauru é foda!

Aos professores que tive durante a graduação que contribuíram com a minha formação acadêmica, profissional e pessoal.

Aos profissionais com os quais tive contato durante os estágios que realizei durante a graduação, que me recebiam todos os dias com um sorriso no rosto e muito trabalho e aprendizado.

Aos projetos de extensão que enriqueceram minha trajetória acadêmica e nos quais fiz boas amizades.

À República Maracanã que me adotou desde a sua formação em 2016 e que sempre me acolheu! Vocês fizeram os meus últimos anos da faculdade serem ainda mais especiais.

MUITO OBRIGADA.

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de analisar as características empreendedoras dos personagens John Moray e Denise Lovett, da série televisiva “The Paradise”, produzida pela BBC Drama Productions nos anos de 2012 e 2013. A série é baseada no romance de Émile Zola, intitulado de “Au Bonheur des Dames” e sua história desenvolve-se na primeira loja de departamentos da Inglaterra, no final do século XIX. Através de uma pesquisa bibliográfica sobre o tema empreendedorismo, buscaram-se as definições de sua prática e do agente empreendedor, além de identificar as suas características comportamentais. Utilizando a metodologia de Análise de Conteúdo, foram elaboradas categorias de análise para posterior identificação em cenas da série televisiva “The Paradise”. Com a identificação das categorias de análise na série, buscou-se analisar se os personagens reforçam a existência de características empreendedoras nas cenas do produto audiovisual.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. Características empreendedoras. “The Paradise”.

ABSTRACT

This work aims to analyze the entrepreneurial characteristics of characters John Moray and Denise Lovett from the television series "The Paradise", produced by BBC Drama Productions in the years of 2012 and 2013. The series is based on the novel by Emile Zola, entitled "Au Bonheur des Dames" and its history unfolds in the first department store in England in the late nineteenth century. Through a bibliographical research on the subject of entrepreneurship, the definitions of its practice and the entrepreneurial agent were sought, in addition to identifying its behavioral characteristics. Using the Content Analysis methodology, categories of analysis were elaborated for later identification in scenes from the television series "The Paradise". With the identification of the categories of analysis in the series, we tried to analyze if the characters reinforce the existence of entrepreneurial characteristics in the scenes of the audiovisual product.

Key words: Entrepreneurship. Entrepreneur. Entrepreneurial characteristics. "The Paradise".

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Emun Elliott interpreta o personagem John Moray na série "The Paradise"	33
Figura 2 - Joanna Vanderham interpreta Denise Lovett na série "The Paradise"	35
Figura 3 - Moray conversa com Dudley sobre um obstáculo para a liquidação	38
Figura 4 - Moray e Sr. Glendenning conversam sobre a liquidação da loja	41
Figura 5 - Moray agradece aos seus funcionários pelo sucesso da ação	43
Figura 6 - Denise dá uma ideia à Srta. Glendenning.....	44
Figura 7 - Denise conversa com as vendedoras do Ladieswear	47
Figura 8 - Denise arruma o departamento feminino.....	49
Figura 9 - Moray e Denise discutem sobre Denise se candidatar à chefia do Ladieswear.....	51
Figura 10 - Denise conversa sobre dividir as comissões das vendedoras do Ladieswear	53
Figura 11 - Denise e Moray desenvolvem uma ideia juntos	55

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características comportamentais empreendedoras abordadas	25
Quadro 2 - Agrupamento das características empreendedoras	28
Quadro 3 – Categorias temáticas de análise.....	30

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	EMPREENDEDORISMO	11
2.1	Principais conceitos	11
2.2	Características comportamentais empreendedoras	16
3	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	27
3.1	Metodologia	27
3.2	Seleção das categorias temáticas de análise	28
3.3	A série televisiva “The Paradise”	31
3.3.1	Apresentação	31
3.3.2	Personagens da série.....	33
3.3.2.1	John Moray.....	33
3.3.2.2	Denise Lovett	35
4	ANÁLISE DAS CATEGORIAS TEMÁTICAS NOS PERSONAGENS JOHN MORAY E DENISE LOVETT	37
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
	REFERÊNCIAS	62
	APÊNDICE - RESUMO DOS EPISÓDIOS DA SÉRIE “THE PARADISE”	65

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo e a sua prática têm crescido rapidamente a partir do século XX e é comum visualizarmos isso através de *cases* de sucesso, artigos, matérias, filmes e séries que tratam a respeito do tema.

Observando esse fenômeno de intensificação do empreendedorismo, Drucker (2013) tenta identificar como isso ocorreu e por quê. O autor realizou um levantamento dos acontecimentos econômicos nos Estados Unidos pós-Segunda Guerra Mundial, até 1980, e observou que nesse período o número de empregos em indústrias diminuiu, mas o mercado econômico conseguiu absorver a demanda da mão de obra, concluindo, então, que isso aconteceu graças ao fortalecimento de uma economia empreendedora.

Drucker (2013, p. 19) aprofundou sua análise e identificou que as causas do surgimento dessa economia empreendedora “[...] estariam nas mudanças em valores, percepções, atitudes, [...] em instituições [...], e, talvez, em mudanças na educação”. Entende-se que tais mudanças estariam ainda relacionadas às formas de administração dos novos negócios e ao perfis dos empreendedores envolvidos em cada um deles.

Diante desse cenário, tendo como base teórica o empreendedorismo e o agente empreendedor, o objeto de estudo deste trabalho é a série televisiva “The Paradise”, uma produção da BBC Drama Productions nos anos de 2012 e 2013. A série é baseada no romance do escritor Émile Zola, intitulado de “Au Bonheur des Dames”, e possui como contexto o século XIX, sendo ambientada na primeira loja de departamentos da Inglaterra. A série é constituída por dezesseis episódios e duas temporadas, cada uma contendo oito episódios.

Os dois personagens principais da trama são o empreendedor John Moray e a vendedora Denise Lovett e a série inicia com a chegada da jovem Denise à cidade em busca de um emprego. Ela encontra uma oportunidade na The Paradise, empreendimento de Moray, e rapidamente ganha destaque pelas suas ideias de vendas e de negócio. Moray é o dono da loja e é encantado pelas ideias de Denise, portanto ele incentiva a jovem a tê-las sempre que puder, pois elas trazem bons resultados, além de serem diferentes das habituais estratégias de vendas e fidelização de clientes.

A série aborda as relações profissionais da época, num período de formação do capitalismo, os desafios de possuir um empreendimento, a inserção e atuação da mulher no mercado de trabalho, além do romance e das intrigas presentes em produções audiovisuais televisivas, que despertam a curiosidade e envolvem o público telespectador. Por apresentar um contexto organizacional, “The Paradise” foi identificada como uma oportunidade para ser

analisada sob uma perspectiva do tema empreendedorismo. Com isso, problematizou-se a possibilidade de identificar as características empreendedoras nos personagens John Moray e Denise Lovett. Seriam eles exemplos de empreendedores que muitos autores como Chiavenato (2012), Drucker (2013) e Bessant e Tidd (2009) trabalham em seus estudos? Eles apresentam as características comportamentais empreendedoras que esses autores atribuem ao empreendedor?

Com isso, o objetivo deste trabalho consiste no estudo do conceito e das principais características ligadas ao empreendedorismo, para, então, identificá-las nos personagens John Moray e Denise Lovett da série televisiva “The Paradise”, realizando uma análise de cenas da referida série.

Assim, foi realizado um levantamento bibliográfico, apresentado no capítulo dois, sobre o empreendedorismo, sua prática e definição, assim como a definição do empreendedor e as características comportamentais empreendedoras que lhe são atribuídas.

No capítulo três é abordada a metodologia de pesquisa e a seleção das categorias de análise a partir das características empreendedoras identificadas no referencial teórico, utilizando o método de Análise de Conteúdo (BARDIN, 1988). Além disso, neste capítulo é apresentada a série televisiva “The Paradise” e os personagens John Moray e Denise Lovett, que delimitam o foco da análise. São expostas informações gerais da série e uma breve contextualização sobre as características dos personagens, para melhor compreensão na análise das cenas selecionadas.

No quarto capítulo são apresentadas e analisadas as cenas selecionadas para identificação das categorias de análise e correlação das mesmas com o referencial teórico apresentado no capítulo dois.

Por fim, as considerações finais deste trabalho busca investigar se os objetivos da pesquisa foram alcançados e apresenta possíveis reflexões sobre o tema abordado.

2 EMPREENDEDORISMO

2.1 Principais conceitos

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) comentam que o conceito de empreendedor deve ser analisado considerando perspectivas administrativas, empresariais e pessoais, e recorrem a algumas definições para ilustrarem a afirmativa. Dentre estas, temos:

Para o economista, um empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, geralmente essa pessoa é impulsionada por certas forças - a necessidade de obter ou conseguir algo, de experimentar, de realizar ou talvez de escapar à autoridade de outros. Para alguns homens de negócio, um empreendedor é interpretado como uma ameaça, um concorrente agressivo, enquanto para outros, o mesmo empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que gera riqueza para outros assim como encontra melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir o desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir (VESPER, 1980, apud HISRICH; PETERS; STEPHERD, 2009, p. 29-30).

Com essa citação de Vesper (1980, apud HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009), percebe-se que o empreendedor pode assumir perfis diferentes de acordo com a perspectiva escolhida para análise.

Costa, Barros e Carvalho (2011) também notaram esse traço do conceito de empreendedorismo e identificaram que há, de forma geral, três abordagens recorrentes para o conceito. A primeira descende de uma abordagem *behaviorista*¹ que enfoca as definições dos perfis empreendedores e do comportamento empreendedor. A segunda abordagem estuda as competências e habilidades empreendedoras e a sua relação com o espaço organizacional, resultando no empreendedorismo social, ambiental, institucional, dentre outros. A terceira abordagem refere-se às ideias de inovação, desenvolvimento e risco calculado.

Para Dolabela (2008, p. 34), por sua vez, “somente deve ser considerado empreendedor aquele que oferece valor positivo para a coletividade. Empreendedorismo não pode ser considerado exclusivamente como uma via de enriquecimento individual”. Nota-se que a atividade empreendedora deve trazer algum retorno para a sociedade, tendo algum propósito maior na sua execução, e o empreendedor deve ser dotado de consciência social (DOLABELA, 2008).

¹ Segundo Baum (1999), o behaviorismo é a filosofia da ciência da análise do comportamento. Seu objeto de estudo é, portanto, o comportamento.

Já Baron e Shane (2007) enxergam o empreendedorismo como um processo, e afirmam que a sua prática apenas existe quando uma pessoa identifica uma oportunidade ou possui uma ideia para algo novo e executa um processo para a transformação dessa ideia ou oportunidade em realidade; caso contrário, essa pessoa estará apenas exercitando a sua criatividade e gerando novas ideias. Hisrich, Peters e Shepherd (2009) denominam isso de “processo de empreender”, e afirmam que ele envolve a identificação, avaliação e desenvolvimento de uma oportunidade, vencendo as dificuldades que abrir um novo empreendimento possui. Nota-se que é necessário que a ideia de um empreendedor tenha uma aplicação comercial para ser configurada como uma atividade empreendedora.

Baron e Shane (2007) afirmam que o estudo do empreendedorismo não é feito ao acaso, e que, pela temática ser uma subdivisão da área de negócios, ela envolve uma base sólida de diversas disciplinas como economia, sociologia e ciências do comportamento como ciência cognitiva e psicologia. São essas disciplinas que ajudam a compreender a totalidade do empreendedorismo, analisando:

- (1) As condições econômicas, tecnológicas e sociais das quais as oportunidades surgem, (2) as pessoas que reconhecem essas oportunidades (empreendedores), (3), as técnicas de negócios e estruturas jurídicas que elas usam para desenvolvê-las e (4) os efeitos sociais e econômicos produzidos por tal desenvolvimento (BARON e SHANE, 2007, p. 10).

Por verem o empreendedorismo como um processo, Baron e Shane (2007) apresentam as suas principais fases, que seriam: reconhecer uma oportunidade; decidir ir em frente e reunir os recursos iniciais; lançar um novo empreendimento; construir o sucesso; e colher as recompensas. Paralelamente, para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o processo de empreender apresenta quatro fases: identificação e avaliação da oportunidade, desenvolvimento do plano de negócio, determinação dos recursos necessários e administração da empresa resultante. É possível notar que Hisrich, Peters e Shepherd (2009) focam mais nos estudos antes e durante a abertura de um empreendimento, enquanto Baron e Shane (2007) vão um pouco mais além e identificam processos que ocorrem após o início de uma empresa.

Baron e Shane (2007) observam que o empreendedorismo não é dividido estritamente nas cinco fases que apresentam, uma vez que o processo em si é muito complexo, mas defendem que analisá-lo desta forma pode facilitar a sua compreensão e desenvolvimento. Além disso, essas fases rompem com a visão estática do empreendedorismo, uma vez que alguns autores associam o seu ato como algo específico, consistindo apenas no lançamento de um novo negócio. Um exemplo de quem enxerga o empreendedorismo dessa forma é Bygrave (2007,

apud FERREIRA; GIMENEZ; AUGUSTO, 2014), que relaciona ações e atividades de criação de organizações ao processo empreendedor.

Para Bessant e Tidd (2009, p. 288), “[...] empreendedorismo é muito mais que a criação de um novo negócio”, vai além de abrir um empreendimento visando o lucro e a independência profissional. Os autores trabalham com o conceito de empreendimentos inovadores, cujo objetivo é proporcionar novos serviços ou produtos, desenvolver novos processos ou maneiras de criar valor. Assim, os empreendedores inovadores são:

Indivíduos que são guiados pelo desejo de criar ou mudar algo, seja no setor privado, público ou no terceiro setor. Independência, reputação e riqueza não são os objetivos primeiros nesses casos, apesar de eles serem, mesmo assim, frequentemente alcançados. De certa forma, a principal inovação é, na verdade, para mudar ou criar algo novo (BESSANT e TIDD, 2009, p. 288).

Schumpeter (1883-1950, apud DOLABELA, 2008) também associa o empreendedorismo à inovação e configura o empreendedor como um indivíduo que estimula o desenvolvimento econômico através do aproveitamento de oportunidades de negócio. Assim, “O empreendedor é o responsável pelo processo de destruição criativa, o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista” (SCHUMPETER, 1883-1950 apud DOLABELA, 2008, p.67). Adicionalmente, a destruição criativa se dá através da mudança, da substituição e da introdução de novos produtos e serviços, sendo responsável pelo desenvolvimento da economia e o dinamismo das indústrias (CHIAVENATO, 2012).

Nessa mesma linha, Filion (1999) defende que crescimento e inovação são palavras-chave do empreendedorismo, e o autor define o empreendedor como:

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 (FILION, 1999, p. 19).

Seguindo essa associação entre empreendedorismo e inovação, Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 29) afirmam que “[...] a inovação, o ato de alcançar algo novo, é uma das mais difíceis tarefas para o empreendedor. Exige não só a capacidade de criar e conceber, como também a capacidade de entender todas as forças em funcionamento no ambiente”. O empreendedor, então, deve estudar e estar atento a todas as ações que ocorrem ao seu redor que podem afetar positivamente ou negativamente o seu negócio, buscando soluções inovadoras para o sucesso do seu empreendimento.

A definição de empreendedor de Drucker (2013) é semelhante à de Bessant e Tidd (2009), e pode ser observada quando o autor afirma que esses indivíduos “[...] criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores.” (DRUCKER, 2013, p.29) e que cada um deles “[...] sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade” (DRUCKER, 2013, p.36). Drucker (2013) também ressalta que a inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor. Além disso, para o autor, qualquer pessoa que tenha que tomar uma decisão pode aprender a ser um empreendedor, uma vez que o espírito empreendedor é uma característica distinta, tanto de um indivíduo quanto de uma instituição, e não um traço de personalidade. Portanto, “o empreendedorismo é um comportamento [...] e suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição” (DRUCKER, 2013, p.34).

Chiavenato (2012) apresenta um conceito de empreendedor mais romantizado, ao dizer que os empreendedores são os heróis populares do mundo dos negócios por fornecerem empregos, incentivarem o crescimento econômico, introduzirem inovações através de seus negócios e assumirem riscos em um ambiente de mudanças. O autor explica que o termo empreendedor vem do francês *entrepreneur*, que significa "aquele que assume riscos e começa algo inteiramente novo" (CHIAVENATO, 2012, p.03). Em outras palavras, trata-se da "[...] pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente" (LONGENECKER, MOORE e PETTY apud CHIAVENATO, 2012, p.03).

Por possuir uma sensibilidade para os negócios, ser capaz de identificar as oportunidades que nem sempre são fáceis de serem percebidas e saber como aproveitá-las para benefício próprio, da comunidade e da sociedade na qual está inserido, o empreendedor consegue transformar ideias em empreendimentos. Entretanto, o empreendedor deve estar olhando para o ambiente em que se localiza, atentando-se aos perigos, que vão desde a escolha inadequada do novo negócio, sua localização até a má administração das operações que o negócio demanda. Para isso, o empreendedor deve fortalecer a sua adaptabilidade e a flexibilidade, além de possuir uma visão panorâmica (CHIAVENATO, 2012).

Dornelas (2008) apresenta a figura do empreendedor como alguém destemido, que persegue seus objetivos com paixão em busca do sucesso. Segundo ele, os empreendedores são pessoas que “[...] possuem motivação singular, [são] apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado” (DORNELAS, 2008, p. 05). São essas pessoas que geralmente enxergam uma nova visão para utilizar algo já existente ou que criam algo novo e inovador que trará mais facilidade e praticidade para a comunidade em geral.

O autor ainda define empreendedorismo como “[...] o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso” (DORNELAS, 2008, p. 22). Ele também explica que o empreendedorismo só está se intensificando nos últimos anos devido ao grande número de avanços tecnológicos que demandam cada vez mais dos empreendedores, e que “[...] a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequências das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não é apenas um modismo. A competição na economia também força novos empresários a adotar paradigmas diferentes” (DORNELAS, 2008, p. 06). Isso reforça as apresentações de Hisrich, Peters e Shepherd (2009), que afirmam que o empreendedor deve estar atento ao ambiente empresarial, e as de Bessant e Tidd (2009), que apresentam as características dinâmicas relacionadas à criatividade que o empreendedor pode apresentar e, o fato dele não ter medo de promover mudanças e de sair da rotina.

Além do entendimento do empreendedor enquanto dono do negócio, existe o fenômeno do intraempreendedorismo nas empresas e organizações. Segundo Chiavenato (2012), os intraempreendedores são pessoas que não são donas do negócio, mas que trabalham na empresa focalizadas em atingir os objetivos organizacionais, com o mesmo espírito do responsável pela empresa. Para Dolabela (2008, p. 32), os intraempreendedores devem ser especialistas “[...] que conheçam o negócio, saibam auscultar os clientes, atender a suas necessidades e, principalmente, introduzir inovações”. Assim, eles são trabalhadores que sabem delegar e estão sempre dispostos a trabalhar quando necessário; a liberdade de ação os motiva, eles são sensíveis às recompensas organizacionais, compreendem as necessidades do mercado e são interessados por tudo que acontece dentro e fora das empresas. Eles ainda preocupam-se com a imagem organizacional, são capazes de convencer terceiros sobre suas visões e perspectivas e respeitam as hierarquias organizacionais (DOLABELA, 2008).

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) comentam sobre empresas que fornecem um ambiente que fomenta a atividade empreendedora entre os funcionários, sendo este um ambiente “que aumenta as percepções dos integrantes da organização em relação à ação empreendedora, interpretando-a como viável e desejável” (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009, p. 90). Isso se justifica pelo fato de que empresas que não fornecem esse tipo de ambiente correm o risco de perderem funcionários que desejam assumir mais responsabilidades, liberdade de ação e expressão individual, uma vez que o ambiente organizacional limita a sua auto realização profissional. Portanto, é de extrema importância a uma empresa instigar o espírito

empreendedor entre os indivíduos que nela trabalham, para crescer e inovar (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).

Por fim, Hisrich, Peters e Shepherd (2009) informam que o intraempreendedor, ou empreendedor corporativo, possui como características: o conhecimento do ambiente, a persistência, a capacidade de ser visionário, flexível e criar opções administrativas, o encorajamento ao trabalho em equipe, a construção de uma coalizão de patrocinadores e o estímulo à discussão aberta.

2.2 Características comportamentais empreendedoras

O empreendedor pode apresentar algumas características que o fazem sobressair-se entre os demais que constituem o mercado. Entretanto, é importante ressaltar que essas características podem variar de acordo com as atividades que esse ator executa, com o ambiente organizacional, com a orientação da empresa e com a época (FILION, 1997 apud DOLABELA, 2008).

Para Filion (1999), o empreendedor pode ser compreendido como o protótipo do ser social, uma vez que é um produto do ambiente em que vive. Assim, “[...] as culturas, as necessidades e os hábitos de uma região determinam os comportamentos. Os empreendedores integram, assimilam e interpretam esses comportamentos e isso está refletido na maneira como agem [...]” (FILION, 1999, p. 10).

Bessant e Tidd (2009), afirmam que algumas características típicas que são comuns aos empreendedores são: a capacidade de identificar novas oportunidades e saber como se beneficiar com as mudanças; o potencial para estabelecer redes de relacionamento, explorando os recursos e experiências de alguns enquanto ajudam outros a alcançar seus próprios objetivos; o conhecimento para identificar e selecionar as melhores oportunidades para perseguir, sempre mantendo o foco e a disciplina nos projetos que gerenciam; e uma orientação maior para a execução de ações do que para as análises (BESSANT e TIDD, 2009). Os autores ainda afirmam que os empreendedores são motivados por uma necessidade de conquista, que vai além do desejo comum de se ter sucesso. Essa necessidade está associada à característica de correr riscos calculados, estabelecer metas desafiadoras, tomar a responsabilidade para solucionar problemas e necessitar de *feedback* sobre o seu desempenho pessoal (BESSANT e TIDD, 2009).

Em uma outra linha, uma metáfora que pode ser utilizada para abordar a forma de ser do empreendedor é compará-lo a um designer. Afinal, Neumeier (2010), ao descrever o que é esse profissional, utiliza a seguinte frase: “Você precisa apenas identificar uma situação que

deve ser melhorada e então dar início ao processo criativo” (NEUMEIER, 2010, p. 33). De acordo com o autor, essa definição de designer é válida tanto para artistas plásticos, cineastas e arquitetos, quanto para gerentes de cadeias de suprimentos, publicitários e líderes “[...] já que a liderança é a condução de pessoas de uma situação atual para uma situação melhor” (NEUMEIER, 2010, p. 33). Essa definição de designer se alinha ainda à perspectiva de Drucker (2013), quando o autor afirma que a expansão do empreendedorismo deu-se a partir de algumas mudanças, como a aplicação da administração empreendedora em atividades que não eram consideradas empresas, como, por exemplo, os restaurantes. Assim, um *chef* de cozinha que é dono de um restaurante, e utiliza uma gestão orientada pelo Design, pode ser considerado um designer, segundo a definição de Neumeier (2010), e, ao mesmo tempo, um empreendedor.

Ainda segundo esse autor, os designers são pessoas que “tendem a ser 1) empáticas, 2) intuitivas, 3) imaginativas e 4) idealistas” (NEUMEIER, 2010, p. 33). A característica da empatia é valiosa em relacionamentos focados no cliente, uma tendência de mercado atual, que pode ser utilizada para compreender as motivações dos clientes, trabalhadores e parceiros. Por sua vez, a intuição é responsável por produzir um panorama mais amplo sobre uma determinada situação, ajudando na sua compreensão. Quando combinada com a lógica, “você obtém os ingredientes para um líder competente” (NEUMEIER, 2010, p. 34). A imaginação está relacionada à criatividade e à inovação para a produção de ideias novas e solução de problemas. Por fim, a característica idealista permite que o indivíduo encontre a melhor solução existente, dentro dos limites existentes (NEUMEIER, 2010).

Outro importante autor que estudou as características comportamentais empreendedoras foi McClelland (1972, apud KRÜGER, PINHEIRO e MINELLO, 2017), que utilizou teorias da ciência comportamental para entender melhor a motivação empreendedora. O autor tentou estabelecer uma relação entre o desenvolvimento econômico de algumas sociedades e a necessidade de realização. A partir deste estudo, foram identificados três grupos de características empreendedoras essenciais e insubstituíveis: realização, afiliação e poder (MCCLELLAND, 1972 apud KRÜGER, PINHEIRO e MINELLO, 2017), e essa pesquisa ficou conhecida como a Teoria das Necessidades Adquiridas.

A referida teoria afirma que os indivíduos agem impulsionados pelas necessidades de realização, afiliação e poder, que são adquiridas naturalmente. Todos os indivíduos possuem essas necessidades, mas em graus diferentes, apresentando uma delas como mais destacada (SEBRAE, 2013). Além disso, esses indivíduos são vistos como agentes autônomos, sendo os responsáveis pelo seu sucesso ou fracasso. Assim, a motivação está relacionada ao impulso de

alcançar sucesso em suas atividades, mais pela satisfação pessoal do que por recompensas externas (RIBAS, 2011).

A necessidade de realização está associada ao desejo de realizar algo difícil. “Os indivíduos com esse tipo de necessidade pretendem, mais que obter sucesso individual, obter *feedback* concreto do seu grau de desempenho no grupo, pois buscam fazer melhor as coisas” (SEBRAE, 2013, p. 33). Assim, eles estão interessados em melhorar seus desempenhos, aceitam mais responsabilidades pessoais, querem obter sucesso fazendo bem as coisas e buscam aprender com os fracassos (SEBRAE, 2013).

Por sua vez, a necessidade de afiliação está no desejo de obter relacionamentos pessoais, estabelecer amizades, ser aceito pelos outros e evitar conflitos. O foco é estabelecer amizades no lugar do confronto, ter relações amigáveis e buscar a compreensão (SEBRAE, 2013). Assim, “É uma necessidade social, de companheirismo e apoio por ideias em comum, para desenvolvimento de relacionamentos significativos com pessoas[...]” (SEBRAE, 2013, p.33).

Já a necessidade de poder baseia-se no desejo de ter autoridade sobre os outros e de ser responsáveis por estes. Os indivíduos procuram obter prestígio, reputação e influência sobre terceiros, preferindo a concorrência e o confronto (SEBRAE, 2013). Em outras palavras, “As pessoas desejam ter uma elevada valorização de si mesmas, solidamente firmada na realidade do momento, manifestada pelo reconhecimento e respeito dos outros” (SEBRAE, 2013, p. 34)

Em 1982, os estudos de David McClelland (1972, apud KRÜGER, PINHEIRO e MINELLO, 2017) foram aprimorados a partir de um projeto de estudo em parceria com a USAID (Agência para o Desenvolvimento Internacional das Nações Unidas), a Management Systems International (MSI) e a McBeer & Company, empresa de consultoria de McClelland, sendo realizado em 34 países com o intuito de identificar as diversas características comportamentais empreendedoras comuns ao sucesso empreendedor. Desse estudo derivaram vinte características que foram revisadas e reduzidas para dez, sendo elas: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemáticos; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança (KRÜGER, PINHEIRO e MINELLO, 2017).

No curso *Empretec*², pautado em uma metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), são ensinadas estas dez características comportamentais empreendedoras (CCEs), detalhadas a seguir com base no site do Sebrae (2017):

1. Busca de oportunidades e iniciativa: o indivíduo antecipa-se às situações, cria e aproveita oportunidades de negócio que podem ser incomuns, age com proatividade e procura possibilidades de expansão dos negócios.
2. Persistência: é a habilidade de encarar os obstáculos visando o sucesso. O indivíduo esforça-se muito para alcançar seus objetivos, não desiste perante os obstáculos e está em constante processo de avaliação de seus planos.
3. Correr riscos calculados: o indivíduo está disposto a encarar desafios que apresentem boas chances de sucesso, avalia as alternativas antes de tomar alguma decisão e tenta reduzir as chances de erro.
4. Exigência de qualidade e eficiência: é a disposição para fazer mais e melhor. O indivíduo está constantemente melhorando seu negócio e seus produtos, cria métodos para o cumprimento de prazos e padrões de qualidade, e atinge e excede as expectativas de seus clientes.
5. Comprometimento: O indivíduo colabora com os funcionários, está disposto a sacrifícios pessoais, é dedicado com os clientes, assume as responsabilidades sobre os fracassos e sucessos e trabalha em equipe para atingir os objetivos.
6. Busca de informações: há a busca constante de dados e informações sobre o mercado e sobre o próprio negócio para manter-se atualizado. O indivíduo recorre à orientação de especialistas no processo de decisão e pesquisa como oferecer novos serviços e produtos.
7. Estabelecimento de metas: é o estabelecimento de objetivos claros de curto e de longo prazo para a empresa. O indivíduo cria objetivos mensuráveis, desafiantes e importantes para si e possui visão de futuro.
8. Planejamento e monitoramento sistemáticos: é a organização objetiva de tarefas, com prazos definidos para que os resultados possam ser medidos e avaliados. O

² Segundo o site do Sebrae, “O Empretec é uma metodologia da Organização das Nações Unidas- ONU voltada para o desenvolvimento de características do comportamento empreendedor e para a identificação de novas oportunidades de negócios, promovido em cerca de 40 países”.

indivíduo age por etapas para encarar os desafios, acompanha os indicadores financeiros e adequa seus planos caso haja mudanças de mercado.

9. Persuasão e rede de contatos: é a utilização de estratégias para influenciar e persuadir pessoas importantes que possam contribuir para a realização dos objetivos do negócio. O indivíduo desenvolve redes de contatos e relacionamentos comerciais favoráveis para o seu empreendimento e cria estratégias para obter apoio para seus projetos.
10. Independência e autoconfiança: é a capacidade de desenvolver a autonomia para manter e agir com confiança no sucesso. O indivíduo transmite confiança em sua própria capacidade, é otimista e determinado e confia mais em suas opiniões do que na de terceiros.

A importância de estudar essas características comportamentais empreendedoras vai além do seu mero conhecimento e identificação, pois envolve também a “[...] possibilidade de aprendizagem, desenvolvimento e aperfeiçoamento destas características” (SEBRAE, 2013, p. 40). Afinal, segundo Bessant e Tidd (2009), o empreendedorismo não é um traço inerente, ele pode ser adquirido e desenvolvido com treino, prática e experiência.

Estas dez características comportamentais podem ainda ser agrupadas em três categorias distintas e correlatas: realização, planejamento e poder (SEBRAE, 2013), conforme os estudos de McClelland (1987 apud KRÜGER, PINHEIRO e MINELLO, 2017) mencionados. A categoria realização refere-se à tendência de tomar iniciativa e de envolver-se em situações desafiadoras, agir com determinação e compromisso para realizar os objetivos estabelecidos, visando qualidade, produtividade, lucratividade e crescimento. Essa categoria compreende as características de busca de oportunidades e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência e correr riscos calculados. A categoria de planejamento refere-se ao modo de agir focado na busca de resultados específicos, a pesquisa da melhor forma para desenvolver uma atividade, a ação de forma planejada para alcançar o que almeja e o enfoque em um contínuo processo de aprendizagem. Estão nessa categoria as características de estabelecimento de metas, busca de informação e planejamento e monitoramento sistemático. A categoria de poder envolve as habilidades de persuasão e influência de pessoas, além da tendência para confiar no próprio potencial na realização de atividades e superação de desafios, bem como criação de relacionamentos com pessoas importantes para os objetivos do negócio. Essa categoria compreende as características de persuasão, rede de contatos e independência e autoconfiança (SEBRAE, 2013).

Como é possível observar, empreender não é uma tarefa fácil, e demanda uma série de competências a serem desenvolvidas. Segundo Baron e Shane (2007, p. 329), operar uma empresa em funcionamento:

[...] requer que os empresários possuam - ou rapidamente desenvolvam - várias habilidades essenciais: competência social (habilidade de conviver bem com os outros), habilidade de aumentar a confiança e a cooperação e de 'desarmar' conflitos, habilidade de exercer influência sobre os outros e habilidade de administrar seu próprio estresse.

A competência social compreende habilidades que estão geralmente correlacionadas, ou seja, uma pessoa que tem uma delas desenvolvida provavelmente terá as outras também (BARON e SHANE, 2007). Nessa linha, cinco habilidades são úteis para os empreendedores, sendo: a percepção social; a expressividade; a administração da imagem; a persuasão e influência; e a adaptabilidade social. A percepção social refere-se à capacidade de compreender os outros corretamente, seus motivos, intenções e características. A expressividade está relacionada à manifestação das próprias emoções e reações de uma maneira que elas possam ser percebidas pelos outros. A administração da imagem é a utilização de técnicas para causar uma boa primeira impressão. A persuasão e influência é a capacidade de utilizar técnicas para alterar comportamentos ou atitudes de terceiros em direções desejáveis. E a adaptabilidade social é a capacidade de adaptar-se a mudanças de situações sociais (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998 apud BARON e SHANE, 2007)

A capacidade de aumentar a confiança e a cooperação, bem como a habilidade de administrar conflitos se fazem necessárias uma vez que equipes de pessoas talentosas e motivadas coletivamente desempenham melhor as suas atividades (BARON e SHANE, 2007). Portanto, é preciso que sejam trabalhados na empresa dois pontos:

(1) As pessoas envolvidas precisam trabalhar juntas, cooperativamente - devem aplicar seus esforços e dirigir suas atividades para os mesmos objetivos - e (2) Os inevitáveis conflitos que surgem quando pessoas brilhantes e energéticas trabalham juntas muitas horas por dia precisam ser administrados, de forma que não interfiram no trabalho em equipe e no nível de cooperação (BARON e SHANE, 2007, p. 338)

A cooperação está baseada na confiança que um indivíduo possui nas palavras e ações de outra pessoa. Essa confiança pode ser construída com base na dissuasão, quando uma pessoa comporta-se da maneira que prometeu pois poderá ser punida se isso não ocorrer; ou com base na identificação, presente em relacionamentos mais longos, quando o indivíduo conhece e compreende os motivos e necessidades de outros, comportando-se da maneira que prometeu

por acreditar que as pessoas em quem confia desejam o melhor para todos (LEWICKI e WIETHOFF, 2000 apud BARON e SHANE, 2007).

Quanto aos conflitos, Baron e Shane (2007) relatam que há dois tipos em uma empresa: o conflito afetivo, e o conflito cognitivo. O conflito afetivo envolve componentes emocionais, os indivíduos podem estar enraivecidos uns com os outros ou não há confiança entre eles, gerando emoções fortes e negativas. O conflito cognitivo está relacionado à incompatibilidade de objetivos ou interesses, e pode ser benéfico à organização, uma vez que pode levar os indivíduos envolvidos a considerarem as diferentes posições encontrando possíveis soluções.

Além desses dois pontos, Baron e Shane (2007) ainda reforçam a importância da habilidade de influenciar pessoas, que consiste na capacidade de mudar opiniões e comportamentos de terceiros que sejam favoráveis ao influenciador ou aos seus objetivos. Empreendedores utilizam essa habilidade para direcionar seu negócio ao sucesso, influenciando clientes em potencial, fornecedores, funcionários e capitalistas de risco, por exemplo (BARON e SHANE, 2007).

Outro aspecto importante evidenciado pelos autores é o controle do estresse, que pode comprometer a saúde dos empreendedores e, conseqüentemente, o futuro dos empreendimentos. O controle do estresse pode ser trabalhado através de técnicas físicas, com a realização de exercícios e de uma dieta balanceada; e de técnicas comportamentais, por meio da redução de preocupações excessivas e da análise das situações em perspectiva (BARON e SHANE, 2007).

Schmidt e Bohnenberger (2009), através de pesquisas na literatura sobre o perfil empreendedor e de entrevistas com especialistas na área, identificaram oito características atitudinais empreendedoras, apresentadas a seguir:

- Autoeficácia: refere-se à capacidade de manter-se se motivado, utilizando recursos cognitivos e cursos de ações necessários para obter controle sobre os eventos da própria vida.
- Capacidade de assumir riscos calculados: o indivíduo analisa e relaciona as variáveis que podem influenciar o resultado de seu projeto pessoal, decidindo pela continuidade ou não do projeto.
- Capacidade de planejar: o indivíduo prepara-se para o futuro.
- Habilidade para detectar oportunidades: reconhecer e aproveitar informações abstratas, implícitas e em constante mudança.

- Persistência: trabalhar intensivamente e privar-se socialmente de projetos com retorno incerto.
- Sociabilidade: utilização da rede social para desempenhar atividades profissionais.
- Inovação: o indivíduo relaciona necessidades, demandas, fatos e ideias de mercado utilizando a criatividade.
- Liderança: o indivíduo é capaz de influenciar terceiros a adotarem voluntariamente um caminho visando o objetivo que ele almeja.

Dolabela (2008), por sua vez, informa quinze características do empreendedor baseadas nos estudos de Timmons (1994) e Hornaday (1982): perseverança, iniciativa, criatividade, protagonismo, energia, rebeldia a padrões impostos, capacidade de diferenciar-se, comprometimento, capacidade incomum de trabalho, liderança, orientação para o futuro, imaginação, proatividade, definir o que deve aprender a partir do que deseja fazer, tolerância a riscos moderados e alta tolerância à ambiguidade e à incerteza.

Já Bernardi (2009) apresenta quatorze características que compõem o perfil empreendedor. São elas: senso de oportunidade, dominância, agressividade e energia para realizar, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade e resistência a frustrações, criatividade, propensão ao risco, liderança carismática, habilidade de equilibrar sonho e realização e habilidade de relacionamento. Para o autor, dificilmente um indivíduo conseguirá ser um empreendedor se não tiver essas características desenvolvidas e ele recomenda, para aqueles que desejam ser um empreendedor, a auto avaliação criteriosa, honesta e realista (BERNARDI, 2009).

Filion (1999) também reúne as características mais frequentemente atribuídas aos empreendedores pelos estudiosos de vertente comportamentalista. As vinte e quatro características que ele apresenta são baseadas nos autores Hornaday (1982); Meredith, Nelson & Neck (1982) e Timmons (1978), sendo elas: inovação, liderança, riscos moderados, independência, criatividade, energia, tenacidade, originalidade, otimismo, orientação para resultados, flexibilidade, habilidade para conduzir situações, necessidade de realização, autoconsciência, autoconfiança, envolvimento em longo prazo, tolerância à ambiguidade e à incerteza, iniciativa, capacidade de aprendizagem, habilidade na utilização de recursos, sensibilidade a outros, agressividade, tendência a confiar nas pessoas e dinheiro como medida de desempenho.

Segundo Dornelas (2008), os empreendedores de sucesso são dotados de quinze características que permitem a construção de um novo negócio. A seguir estão as quinze características e o que elas significam, segundo o autor:

- Visionário: O empreendedor possui visão de seu futuro e do seu negócio, além da habilidade de implementar seus sonhos.
- Sabe tomar decisões: O empreendedor toma a decisão certa, na hora certa, sem sentir insegurança.
- Faz a diferença: Ele transforma uma ideia abstrata em algo concreto.
- Explora oportunidades: O empreendedor sabe identificar oportunidades a partir de ideias que todos enxergam mas não conseguem transformar em realidade, utilizando para isso seu conhecimento e sua curiosidade.
- Possui determinação e dinamismo: Inconformado com a rotina, o empreendedor é dinâmico e busca superar obstáculos.
- Dedicção: O empreendedor doa-se integralmente para o seu empreendimento, sete dias por semana, vinte e quatro horas por dia, e para isso encontra energia para continuar seu trabalho.
- Otimismo e paixão: O empreendedor é apaixonado pelo que faz e é isso que o faz ser o melhor. O otimismo faz com que ele enxergue o lado positivo na busca pelo sucesso.
- Independente: O empreendedor quer ser dono do próprio destino, escolher quais caminhos seguir e criar algo novo.
- Riqueza: Apesar de não almejar a riqueza, ela é uma consequência do seu sucesso.
- Liderança: O empreendedor valoriza, estimula e recompensa seus funcionários. Ele possui o conhecimento de que para ter sucesso é necessário ter uma equipe profissional qualificada e sabe escolher os melhores talentos para assessorá-lo em assuntos que não conhece.
- Networking: O empreendedor constrói uma rede de contato que o auxilia nos negócios.
- Planejador: O empreendedor planeja todas as etapas do seu negócio, utilizando a visão que possui.

- **Conhecimento:** O empreendedor reconhece que possuirá mais chances de sucesso se tiver grande conhecimento sobre determinados assuntos de negócio, e por isso são é sedento por novas informações.
- **Assumir riscos calculados:** O empreendedor não só assume os riscos, mas sabe gerenciá-los, analisando quais são as suas chances de sucesso.
- **Criar valor:** O empreendedor criar valor para a sociedade através da geração de empregos e da movimentação da economia, buscando formas de melhorar a vida dos indivíduos.

No quadro 1 são apresentadas todas as características ligadas ao empreendedorismo debatidas anteriormente a fim de possibilitar uma melhor visualização das mesmas.

Quadro 1 - Características comportamentais empreendedoras abordadas

Autor	Características empreendedoras
Bessant e Tidd (2009)	Identificar oportunidades; Redes de relacionamento; Foco e disciplina nos projetos; Ação e execução; Correr riscos calculados; Metas desafiadoras; Assumir responsabilidades; Necessitar de feedback.
Neumeier (2010)	Empatia; Intuitivo; Imaginativo; Idealista.
McClelland /Sebrae (2017)	Busca de oportunidades e iniciativa; Persistência; Correr riscos calculados; Exigência de qualidade e eficiência; Comprometimento; Busca de informações; Estabelecimento de metas; Planejamento e monitoramento sistemáticos; Persuasão e redes de contatos; Independência e autoconfiança.
Baron e Shane (2007)	Percepção social; Expressividade; Administração da imagem; Persuasão e influência; Adaptabilidade social; Confiança, cooperação e administração de conflitos; Administração do próprio estresse
Schmidt e Bohnenberger (2009)	Autoeficácia; Assumir riscos calculados; Planejar; Detectar oportunidades; Persistência; Sociabilidade; Inovação; Liderança
Dolabela (2008)	Perseverança; Iniciativa; Criatividade; Protagonismo; Energia; Rebeldia a padrões impostos; Capacidade de diferenciar-se; Comprometimento; Capacidade incomum de trabalho; Liderança; Orientação para o futuro; Imaginação; Proatividade; Tolerância a riscos moderados; Alta tolerância à ambiguidade e à incerteza
Bernardi (2009)	Senso de oportunidade; Dominância; Agressividade e energia para realizar; Autoconfiança; Otimismo; Dinamismo; Independência; Persistência; Flexibilidade e resistência a frustrações; Criatividade; Propensão ao risco; Liderança carismática; Habilidade de equilibrar sonho e realização; Habilidade de relacionamento

Continua

Conclusão

Autor	Características empreendedoras
Filion (1999)	Inovação; Liderança; Riscos moderados; Independência; Criatividade; Energia; Tenacidade; Originalidade; Otimismo; Orientação para resultados; Flexibilidade; Habilidade para conduzir situações; Necessidade de realização; Autoconsciência; Autoconfiança; Envolvimentos em longo prazo; Tolerância à ambiguidade e à incerteza; Iniciativa; Capacidade de aprendizagem; Habilidade na utilização de recursos; Sensibilidade a outros; Agressividade; Tendência a confiar nas pessoas; Dinheiro como medida de desempenho.
Dornelas (2008)	Visionário; Sabe tomar decisões; Faz a diferença; Explora oportunidades; Determinação e otimismo; Dedicação; Otimismo e paixão; Independente; Riqueza; Liderança; Networking; Planejador; Conhecimento; Assumir riscos calculados; Criar valor.

Fonte: Elaborado pela autora.

3 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

3.1 Metodologia

Para a realização deste trabalho, foi realizada inicialmente uma pesquisa bibliográfica sobre a temática do empreendedorismo. De acordo com Macedo (1994), a pesquisa bibliográfica é o primeiro passo para realizar um estudo científico, revisando o conteúdo da literatura já existente sobre o assunto. Segundo Stumpf (2006, p. 51), a pesquisa bibliográfica compreende a “[...] identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado [...]”.

Ruiz (1996, p.58) comenta que toda pesquisa exige uma pesquisa bibliográfica prévia, sendo a bibliografia o “[...] conjunto de livros escritos sobre determinado assunto, por autores conhecidos e identificados ou anônimos, pertencentes a correntes de pensamento diversas entre si, ao longo da evolução da Humanidade”. A pesquisa bibliográfica é, portanto, o conhecimento no qual o pesquisador embasará sua pesquisa. Assim, neste trabalho, procurou-se abordar autores conhecidos e importantes sobre o estudo da referida temática para conhecimento, enriquecimento e embasamento deste estudo. As palavras-chave para pesquisa da bibliografia foram “empreendedorismo”, “empreendedor” e “características empreendedoras”.

A pesquisa bibliográfica serviu como base para a realização de uma Análise de Conteúdo da série televisiva “The Paradise”, produzida pela BBC. A escolha por este objeto deu-se pela identificação de traços empreendedores enquanto a pesquisadora assistia à série em um momento de lazer. Por possuir um bom roteiro, estar ambientada no século XIX e tratar da primeira loja de departamentos da Inglaterra, a série despertou a curiosidade e o interesse da pesquisadora em estudar o empreendedorismo.

A Análise de Conteúdo, segundo Bardin (1988, p. 40) compreende um “[...] conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. De acordo com a autora, a Análise de Conteúdo envolve um processo de categorização, em que as categorias “[...] são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos [...] sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos” (BARDIN, 1988, p.117). A definição destas categorias foi obtida no modelo fechado, no qual a escolha é realizada a priori, a partir do referencial teórico pesquisado (LAVILLE e DIONNE, 1999).

Para criar categorias de análise a partir das características empreendedoras, realizou-se inicialmente uma aproximação semântica entre os termos apontados no referencial bibliográfico, agrupando palavras cujos sentidos são próximos e criando grupos temáticos; por

exemplo, criou-se o grupo “Oportunidades e proatividade” a partir das características “oportunidades” e “proatividade”, uma vez que ambas costumam ser abordadas juntas na referencial teórico; afinal, o empreendedor que identifica uma oportunidade costuma ter proatividade para explorá-la. Uma vez feito esse agrupamento, definiu-se que seriam considerados os grupos temáticos que mais apareceram na literatura pesquisada, partindo do pressuposto de que a importância aumenta de acordo com a frequência da aparição (BARDIN, 1988).

Bardin (1988) argumenta que a Análise de Conteúdo abrange três fases: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Neste trabalho, a pré-análise consistiu no contato intenso com a série a fim de compreender melhor as temáticas abordadas após a definição das categorias. Por sua vez, a exploração do material consistiu na observação de cada um dos dezesseis episódios a fim de identificar cenas a partir das quais seria possível observar as categorias de análise. Na terceira fase, de tratamento dos resultados, inferência e interpretação, foi feita a análise das cenas escolhidas tomando como base o referencial teórico obtido na pesquisa bibliográfica e as categorias elencadas.

3.2 Seleção das categorias temáticas de análise

Os grupos temáticos formados a partir do agrupamento semântico de características com sentidos similares podem ser observados no Quadro 2 a seguir.

Quadro 2 - Agrupamento das características empreendedoras

Grupo temático	Repetições	Características contempladas
Oportunidades e proatividade	8	Identificar oportunidades; Busca de oportunidades e iniciativa; Detecta oportunidades; Senso de oportunidades; Proatividade; Iniciativa; Explorar oportunidades
Comprometimento e energia	8	Assumir responsabilidades; Comprometimento; Energia; Agressividade e energia para continuar; Dedicação
Criatividade e inovação	7	Criatividade; Inovação; Imaginativo; Imaginação
Correr riscos calculados	7	Correr riscos calculados; Assumir riscos calculados; Tolerância a riscos moderados; Propensão ao risco
Redes de relacionamento, persuasão e influência	7	Persuasão e redes de contato; Persuasão e influência; Habilidade para conduzir situações; Redes de relacionamento; Habilidade de relacionamento; Sociabilidade; Networking
Independência e autoconfiança	6	Independência e autoconfiança; Independência; Independente; Autoconfiança

Continua

Continua

Grupo temático	Repetições	Características contempladas
Persistência	5	Persistência; Perseverança; Tenacidade
Planejamento	5	Foco e disciplina nos projetos; Planejamento e monitoramento sistemático; Planejamento; Envolvimentos a longo prazo
Liderança	5	Liderança; Liderança carismática.
Percepção social	3	Empatia; Percepção social; Sensibilidade aos outros
Flexibilidade	3	Flexibilidade e resistência a frustrações; Flexibilidade; Adaptabilidade social
Otimismo	3	Otimismo; Paixão
Capacidade de aprendizagem	3	Busca de informações; Capacidade de aprendizagem; Busca de conhecimentos
Exigência de qualidade e eficiência	2	Exigência de qualidade e eficiência; Autoeficácia
Confiança, cooperação e administração de conflitos	2	Confiança, cooperação e administração de conflitos; Tendência a confiar nas pessoas
Protagonismo	2	Protagonismo; Dominância
Alta tolerância à ambiguidade e incerteza	2	Alta tolerância à ambiguidade e à incerteza
Idealista	2	Idealista; Habilidade de equilibrar sonho e realização
Capacidade de diferenciar-se	2	Capacidade de diferenciar-se; Fazer a Diferença
Determinação e dinamismo	2	Dinamismo; Determinação
Visionário	2	Orientação para o futuro; Visionário
Riqueza	2	Dinheiro como medida para desempenho; Riqueza
Metas desafiadoras	1	Metas desafiadoras; Estabelecimento de metas
Ação e execução	1	Ação e execução
Necessitar de feedback	1	Necessitar de feedback
Intuitivo	1	Intuitivo
Expressividade	1	Expressividade
Administração da imagem	1	Administração da imagem
Administração do próprio estresse	1	Administração do próprio estresse
Rebeldia a padrões impostos	1	Rebeldia a padrões impostos
Capacidade incomum de trabalho	1	Capacidade incomum de trabalho
Originalidade	1	Originalidade

Continua

Conclusão

Grupo temático	Repetições	Características contempladas
Autoconsciência	1	Autoconsciência
Habilidade na utilização de recursos	1	Habilidade na utilização de recursos
Sabem tomar decisões	1	Sabem tomar decisões
Criar valor	1	Criar valor

Fonte: Elaborado pela autora.

O critério para selecionar, a partir dos grupos temáticos, as categorias de análise, foi baseado no número de vezes em que as temáticas foram mencionadas no referencial teórico. Tomando-se o maior número e a sua metade para delimitar a seleção das características, observou-se que o número oito representa a maior frequência, sendo sua metade equivalente a quatro. Entretanto, como não há nenhuma característica que apresente frequência de número quatro, decidiu-se escolher o próximo número crescente, sendo o cinco. Assim, as categorias temáticas selecionadas para análise nos personagens John Moray e Denise Lovett, da série televisiva “The Paradise”, foram aquelas que apresentam frequência de cinco a oito.

No quadro 3 estão, portanto, as nove categorias temáticas de análise obtidas. Na coluna “Definição” é apresentado um texto elaborado pela pesquisadora com base no seu entendimento sobre a categoria e no referencial bibliográfico abordado.

Quadro 3 – Categorias temáticas de análise

Categoria de análise	Definição	Autores que embasam a definição
Oportunidades e proatividade	O empreendedor age com proatividade e utiliza seus conhecimentos e curiosidade para identificar oportunidades de negócio que muitas pessoas não identificariam, buscando a melhor forma de trazer resultados à empresa.	Bessant e Tidd (2009); McClelland/Sebrae (2017); Schmidt e Bohnenberger (2009); Dolabela (2008); Bernardi (2009); Filion (1999)
Comprometimento e energia	O empreendedor dedica-se integralmente ao seu negócio, assume as responsabilidades sobre os fracassos e sucessos e trabalha com energia para ter êxito.	Bessant e Tidd (2009); McClelland/Sebrae (2017); Dolabela (2008); Bernardi (2009); Filion (1999)
Criatividade e inovação	O empreendedor utiliza a criatividade e a inovação para solucionar problemas ou produzir novas ideias.	Neumeier (2010); Schmidt e Bohnenberger (2009); Dolabela (2008); Bernardi (2009); Filion (1999)
Correr riscos calculados	O empreendedor está disposto a encarar os desafios assumindo riscos calculados, nos quais ele analisa e avalia as variáveis que podem interferir no resultado do projeto, tentando minimizar as chances de fracasso.	Bessant e Tidd (2009); McClelland/Sebrae (2017); Schmidt e Bohnenberger (2009); Dolabela (2008); Bernardi (2009); Filion (1999)

Continua

Conclusão

Categoria de análise	Definição	Autores que embasam a definição
Persistência	O empreendedor trabalha intensamente para superar os desafios rumo ao sucesso e não desiste perante os obstáculos que surgem.	McClelland/Sebrae (2017); Schmidt e Bohnenberger (2009); Dolabela (2008); Bernardi (2009); Filion (1999)
Planejamento	O empreendedor organiza-se para o futuro através de um planejamento contendo todos os objetivos, tarefas e prazos dos seus projetos, utilizando a visão de negócios para monitorar os resultados.	Bessant e Tidd (2009); McClelland/Sebrae (2017); Schmidt e Bohnenberger (2009); Dolabela (2008); Filion (1999)
Liderança	O empreendedor reconhece a importância de ter uma equipe competente, inclusive em assuntos em que não possui muito conhecimento. Ele valoriza, estimula e recompensa seus funcionários, e estes agem de acordo com os objetivos do líder.	Schmidt e Bohnenberger (2009); Dolabela (2008); Bernardi (2009); Filion (1999)

Fonte: Elaborado pela autora.

A seguir, é apresentada a série televisiva “The Paradise”, os personagens da série e a análise das cenas para identificação das categorias de análise obtidas nesse item.

3.3 A série televisiva “The Paradise”

3.3.1 Apresentação

A série televisiva “The Paradise”, produzida pela BBC Drama Productions, é baseada no livro de Émile Zola, intitulado de “Au Bonheur des Dames”. O livro é o décimo primeiro da série literária “Os Rougon-Macquart”, composta por 20 livros, que retrata a vida de uma família francesa (FURQUIM, 2011). A história de “Au Bonheur des Dames” acontece na França, na segunda metade do século XIX (BBC ONE) e possui dois focos de enredo, o primeiro em Octave Mouret, que torna-se proprietário de uma das primeiras lojas de departamento do país; e o segundo em Denise, uma jovem que muda-se para a cidade e trabalha na loja de Mouret (FURQUIM, 2011).

A série televisiva apresenta algumas diferenças do livro, como o país em que se desenvolve a história e o nome de alguns personagens, para ambientá-los à origem do país. Assim, “The Paradise” é situada na Inglaterra do final do século XIX, aproximadamente na década de 1870. A série, escrita por Bill Gallagher, foi transmitida pelo canal BBC One e possui duas temporadas. Originalmente, “The Paradise” foi lançada como uma minissérie de oito

episódios e, ao ser renovada para uma segunda temporada, transformou-se em uma série, contendo mais oito episódios na nova temporada (FURQUIM, 2014). Os dezesseis episódios da série tem duração de aproximadamente sessenta minutos (RN, 2012a).

O primeiro episódio de “The Paradise” estreou em 25 de setembro de 2012 e o último em 8 de dezembro de 2013 (BBC ONE). A primeira temporada registrou uma média de 5.7 milhões de telespectadores, correspondendo a cerca de 21,59% da audiência do horário em que era transmitida. A segunda temporada registrou uma pequena baixa no número de telespectadores, com 5.3 milhões e 19% da audiência. Apesar do seu sucesso, a baixa na audiência fez com que a série não fosse renovada para uma terceira temporada (FURQUIM, 2014).

A trama de “The Paradise” inicia-se com a chegada da jovem Denise Lovett, de origem campestre, à cidade, que vai até a loja de seu tio, Edmund Lovett, na esperança de que ele lhe dê um emprego. Porém, seu tio está com poucos clientes e não consegue abrigá-la, uma vez que todos os pequenos comerciantes locais estão perdendo seus clientes para a *The Paradise*, a primeira loja de departamentos da Inglaterra. A loja possui os seguintes ambientes e departamentos: infantil, cama, roupa masculina, roupa feminina, móveis, tecidos e aviamentos, louças, um salão de alimentos e uma sala oriental. Denise encanta-se com a loja e consegue um emprego na *Ladieswear*, o departamento feminino da *The Paradise*. Este departamento é supervisionado pela Srta. Audrey, uma senhora que preza pela alta qualidade de atendimento, trabalha há anos na loja e apesar de autoritária está à disposição para ajudar no dia a dia.

A *The Paradise* é comandada pelo Sr. John Moray, dono no empreendimento, que está sempre disposto a correr os riscos necessários para levar a sua loja ao sucesso. O seu braço direito, e melhor amigo, é Dudley, que o ajuda no empreendimento, apesar de Moray ocasionalmente ignorar os seus conselhos. Moray namora a jovem Srta. Katherine Glendenning, mas é o pai dela, o Sr. Glendenning, um banqueiro rico e influente, quem ele tenta impressionar para conseguir investimento para a sua loja. A partir daí a trama desenrola-se, com a apresentação dos demais personagens e da própria loja. É possível analisar na série, além do romance central entre os personagens Denise e Moray, a cultura organizacional do empreendimento, a maneira como é trabalhada a motivação dos trabalhadores, as formas de relacionamento entre os públicos e até mesmo a concorrência.

As filmagens da série foram realizadas no nordeste da Inglaterra, no condado de Durham, em Lambton Estates. O produtor de *The Paradise*, Simon Lewis, comentou em uma entrevista à BBC (RN, 2012b) que não foi especificada exatamente a cidade em que a história da série acontece e que a produção pesquisou e descobriu que a primeira loja de departamentos

da Inglaterra se estruturou em Newcastle, situada na região nordeste da Inglaterra, o que resultou em uma coincidência de locação. Além disso, Lewis disse que muito dos valores que aparecem na série são bem contemporâneos e que, apesar do livro de Zola ter sido publicado em 1883 e contar sobre como as grandes lojas que começaram a surgir no final do século XIX estavam eliminando os pequenos artesãos e o costume de fazer as coisas personalizadas e individuais, não é muito diferente do que acontece hoje em dia. Aliás, pode-se notar que atualmente as empresas estão preocupadas em resgatar essa individualidade e a personalização de produtos e serviços, para melhor atender às necessidades de seus clientes.

3.3.2 Personagens da série

Por ter sido originalmente uma minissérie de oito episódios, “The Paradise” não apresenta muitos personagens, podendo estes ser resumidos aos funcionários da loja, a John Moray, a Srta. Glendenning e a seu pai, além de eventuais personagens que aparecem esporadicamente ou pontualmente em algum episódio da série. Neste trabalho, a análise será focada nos personagens John Moray e Denise Lovett por serem os personagens centrais da história e por haver um entendimento de que eles apresentam um perfil empreendedor.

3.3.2.1 John Moray

Figura 1 - Emun Elliott interpreta o personagem John Moray na série "The Paradise"



Fonte: BBC³

³ Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediacentre/mediapacks/paradisetwo/emun-elliott>>. Acesso em 25 de nov. 2017

Na área do site da BBC One destinada à série televisiva “The Paradise”, Moray é descrito como “The Paradise’s dashing and reckless entrepreneur”. Ele é o dono e quem administra e comanda a loja, é apaixonado pelo que faz, motiva os seus funcionários a amarem o empreendimento tanto quanto ele, é um líder e está disposto a superar os desafios que surgem para ver o seu negócio crescer e obter o sucesso que ele tanto almeja. Moray não espera as coisas acontecerem, ele as faz acontecer. Emun Elliott, ator que interpreta Moray na série, descreve o personagem como um homem ambicioso, com uma mente criativa para os negócios e multifacetado pois ele é um magnata empresarial, que atende seus clientes na loja, mas quando está sozinho em seu escritório apresenta um lado diferente (BBC, 2012^a).

Na série, Moray é um viúvo que se sente culpado pela morte da esposa. Há todo um mistério sobre a morte dela, que só é contado no episódio seis da primeira temporada. Por conta dessa culpa, Moray tem dificuldades em se envolver completamente em um relacionamento, apesar de namorar a Stra. Katherine Glendenning. No decorrer da primeira temporada, Moray quase casa com a jovem, mas desiste no último momento, abandonando-a no altar, e declara seu amor por Denise Lovett, cujo sentimento é recíproco. Por conta desse ato, Moray é banido da *The Paradise* pelo Sr. Glendenning, que possui as escrituras da loja. Esse acontecimento marca o fim da primeira temporada.

A segunda temporada inicia-se um ano após o término da primeira, com Moray voltando a *The Paradise* a pedido da Stra. Glendenning, que agora se chama Sra. Weston. Moray volta ainda mais obstinado a ter a sua loja de volta e terá a ajuda de Denise nessa missão. Em entrevista à BBC, Emun Elliott diz que a ambição do personagem nesta temporada está ainda mais forte “[...] porque ele tem mais para lutar e ele não é o tipo de cara que recua facilmente. Quanto maior o obstáculo, mais esforço ele colocará para sair no topo” (BBC, 2013a, tradução nossa).

3.3.2.2 Denise Lovett

Figura 2 - Joanna Vanderham interpreta Denise Lovett na série “The Paradise”



Fonte: BBC⁴.

A série *The Paradise* inicia com a chegada de Denise Lovett à cidade. A jovem, de origem campestre, sai de sua cidade, Peebles, e procura ajuda de seu tio para um emprego. Como ele não consegue ajudá-la, Denise encontra na *The Paradise* uma oportunidade de emprego. Rapidamente ela se apaixona pela loja, que lhe mostra toda a modernidade que o mundo do final do século XIX possui. Mais do que isso, Denise descobre-se como pessoa enquanto trabalha na loja, como uma jovem criativa, instigante e com um espírito empreendedor, o que causa ciúmes em Clara, uma funcionária da loja, e na Srta. Audrey (responsável pelo departamento feminino) por ganhar destaque pelo seu trabalho e possuir a consideração e confiança de Moray tão rapidamente. A jovem trabalha com afinco e muita dedicação inclusive em momentos em que a loja está fechada e a maioria dos funcionários já estão em seus quartos. Ela está constantemente tendo novas ideias para a *The Paradise*, tanto para atrair mais clientes quanto para fidelizar aqueles que já a frequentam. Na maioria das vezes suas ideias dão certo e quando isso não ocorre, a jovem aprende com seus erros.

Denise começa a se apaixonar por Moray logo no início da série, mas o que atrai a sua atenção para ele é a paixão do dono pela *The Paradise*, que a motiva e a inspira a querer ser como ele também. Inclusive, sua dedicação ao trabalho é uma tentativa de ignorar seus sentimentos por Moray, segundo conta a atriz Joanna Vanderham em entrevista à BBC. A atriz descreve a personagem da seguinte forma:

⁴ Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediacentre/mediapacks/paradisetwo/joanna-vanderham>>. Acesso em 25 de nov. 2017

[...] Denise é muito forte, com vontade e confiança. Denise é ambiciosa, e acho que naquela época não era necessariamente uma característica atraente em uma mulher. Isso chocou as pessoas e eles não sabiam como reagir. É tão inesperado. As pessoas continuam a dizer-lhe para ficar no seu lugar e ela está lutando contra isso (BBC, 2012b, tradução nossa).

No início da segunda temporada da série, Denise e Moray só conversam através de cartas muito esporadicamente, uma vez que Moray foi banido da *The Paradise*. Ela sofre de amores por estar longe do amado e por se sentir culpada pela expulsão de Moray. Denise tenta manter a loja viva por ele, porém, o empreendimento não vai muito bem. Quando Moray retorna à *The Paradise*, ela o ajuda a recuperar sua loja de volta (BBC, 2013b) e durante esse processo, a jovem ganha destaque profissionalmente, sendo promovida à chefe do departamento feminino.

4 ANÁLISE DAS CATEGORIAS TEMÁTICAS NOS PERSONAGENS JOHN MORAY E DENISE LOVETT

Após assistir aos dezesseis episódios da série televisiva “The Paradise” foram selecionadas nove cenas em que é possível refletir sobre as categorias de análise elencadas neste trabalho. Em quase todos os episódios é possível identificar cenas em que os personagens manifestam alguma(s) das características empreendedoras contidas no referencial teórico; entretanto, buscou-se selecionar cenas em que pode ser identificada mais de uma categoria temática, a fim de realizar uma análise mais abrangente e enriquecedora. Nas cenas selecionadas em que só é possível analisar uma categoria, buscou-se selecionar aquelas em que a característica empreendedora identificada é bem marcante, para melhor reconhecimento e interpretação.

A apresentação das cenas é feita através da transcrição traduzida dos diálogos. Os minutos e segundos do início e final de cada cena estão indicados em parênteses, assim como a temporada e o episódio ao qual ela pertence (Consultar apêndice para conferir o resumo de cada episódio). Em seguida, é realizada a análise e a identificação das categorias temáticas empreendedoras, com base no referencial teórico abordado.

- **Cena 01** (39:31 a 41:57/Temporada 01, episódio 01)

Categorias analisadas a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Persistência;
- Comprometimento e energia;
- Correr riscos calculados;
- Planejamento.

Figura 3 - Moray conversa com Dudley sobre um obstáculo para a liquidação



Captura de tela da temporada 01, episódio 01. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Moray: Diga-me o que você fez.

Dudley: Combinei com os fornecedores que devolveremos aquilo que não pudemos pagar.

Moray: Isto chegou esta manhã. Eles não me entregarão nada que eu não pague na entrega. As notícias se espalharão. Outros farão o mesmo.

Dudley: Eu não quis que isso acontecesse. Eu só quis evitar um desastre. Se pudermos devolver as mercadorias não ficaremos com dívidas tão grandes.

Moray: Se quisermos triunfar, precisamos ter sangue frio! Você se acovardou! E agora sua fraqueza estragou tudo!

Dudley: Por que não pode ver como isso é arriscado?

Moray: Eu vejo. E escolho continuar! Essa decisão é só minha. Eu preciso de um empréstimo. Um grande empréstimo para crescer.

Dudley: Por que o que temos não é o bastante?

Moray: Esta cidade está repleta de homens parados. Se esta liquidação for cancelada, tudo estará perdido. Eu não posso voltar agora! Lorde Glendenning virá aqui no sábado e eu preciso que ele veja a The Paradise cheia de clientes.

Dudley: Eu sinto muito, Moray. O que podemos fazer?

Moray: Volte a falar com os seus amigos. Diga para eles trazerem as mercadorias. Se eu não lhes pagar, podem ficar com a loja.

Dudley: Moray, você não pode fazer isso.

Moray: Eu posso. Porque eu preciso.

- Comentários da pesquisadora:

Moray planeja expandir a *The Paradise*, mas todos os bancos da cidade negaram a ele um empréstimo. Seu futuro sogro, o Sr. Glendenning, um rico e importante banqueiro da cidade, mostra-se interessado no negócio, mas precisa conhecer melhor o empreendimento. Para isso, Moray precisa provar a ele que a *The Paradise* é digna de investimento, pois tem chances reais de atrair ainda mais clientes e de crescimento. Portanto, ele decide realizar uma grande liquidação na loja, com todos os departamentos com produtos a preços reduzidos, para lotar o seu negócio de clientes. O problema que Moray enfrenta é que, para ter os produtos, ele precisa encomendá-los, mas ele não tem dinheiro suficiente para pagar por toda a encomenda, e, portanto, precisa do apoio dos fornecedores para isso.

Mesmo diante desse obstáculo, Moray persiste em prosseguir com a sua ideia inicial de realizar uma grande liquidação em toda a *The Paradise*. De acordo com Sebrae (2017), a persistência consiste na habilidade de encarar os obstáculos, esforçando-se para atingir os objetivos estipulados, visando o sucesso. Moray apresenta esse mesmo comportamento ao decidir dar continuidade ao seu plano.

O personagem também apresenta comprometimento, o que, segundo o Sebrae (2017), é verificado quando o empreendedor assume as responsabilidades de sucesso e fracasso do seu negócio e está disposto a sacrifícios pessoais, além de dedicar-se integralmente ao seu empreendimento, trabalhando com muita energia (DORNELAS, 2008). Por sua vez, Dolabela (2013) comenta que a energia está relacionada à quantidade e à qualidade do tempo dedicado ao empreendimento, além da persistência em prosseguir. O empreendedor usa a energia para realizar todas as atividades que seu negócio demanda para levá-lo ao sucesso e isso pode ser observado no personagem Moray. Sua dedicação integral a *The Paradise* já o levou longe, tornando o seu empreendimento a primeira loja de departamentos do país, e agora que ele possui um novo objetivo, que é ampliar o seu negócio, ele continuará com a mesma dedicação e determinação.

Ao arriscar a sua loja para manter a continuidade da ação planejada, Moray apresenta ainda outra característica que constitui o empreendedor: correr riscos calculados. Todos os autores apresentados no referencial teórico defendem que, dentre as ações ligadas a um empreendedor, correr riscos calculados para aproveitar uma oportunidade e transformá-la em negócio é essencial.

Segundo o Sebrae (2017), o empreendedor avalia todas as variáveis que podem influenciar seu projeto e decide pela sua continuidade ou não. Dornelas (2008) afirma que o empreendedor, além de assumir os riscos, sabe como gerenciá-los ao analisar suas chances reais de sucesso ou fracasso. Assim, ao perceber que o Sr. Glendenning é a sua única fonte de investimento, uma vez que todos os bancos da cidade negaram um empréstimo a ele, e por ter assumido um compromisso com seu futuro sogro para prová-lo do que a *The Paradise* é capaz, Moray não pode cancelar a sua liquidação, pois entende que não haverá outra oportunidade. Talvez arriscar a sua própria loja por isso seja um pouco mais arriscado do que se espera, mas Moray avalia como necessário e possui confiança em toda a sua equipe, e em si mesmo, para garantir um ótimo resultado no final do dia.

De acordo com Schmidt e Bohnenberger (2009), o empreendedor é aquele que se prepara para o futuro através de um planejamento, e segundo Dornelas (2008) ele aplica a sua visão de negócio no seu planejamento, que consiste em todas as etapas que levarão o seu empreendimento ao sucesso. No decorrer de todo o primeiro episódio da primeira temporada, pode-se notar que Moray planeja expandir a *The Paradise*, e para isso é necessário um empréstimo. Assim, ele realiza um planejamento para conseguir um investimento do Sr. Glendenning. Apesar de o episódio não explicitar todas as etapas do planejamento, é perceptível que Moray tem uma estratégia bem elaborada e que ele consegue adaptá-la conforme vão surgindo empecilhos. Afinal, um empreendedor possui alta tolerância à ambiguidade e à incerteza (DOLABELA, 2008; FILION, 1999).

- **Cena 02** (46:38 a 47:30/Temporada 01, episódio 01)

Categorias analisadas a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Redes de relacionamento, persuasão e influência;
- Oportunidades e proatividade.

Figura 4 - Moray e Sr. Glendenning conversam sobre a liquidação da loja



Captura de tela da temporada 01 episódio 01. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Moray: Eu lhe prometo, senhor, o apetite delas não terá fim.

Sr. Glendenning: Entretanto, será necessário mais do que um evento espetacular para convencer meus sócios no banco.

Moray: Se me permitir, senhor, você nunca os convencerá. O objetivo é convencer o senhor. Você vê o que é possível aqui. Eu lhe peço que me empreste o dinheiro.

Sr. Glendenning: Esse é um pedido ousado.

Moray: Eu peço porque eu sei que sua reputação é reconhecida por que o senhor vê o que os outros não veem, e por investir nisso. O senhor fará parte disso? O senhor mostrará sua fé?

[Sr. Glendenning aperta a mão de Moray, num acordo]

- Comentários da pesquisadora:

O Sr. Glendenning e sua filha, Katherine Glendenning, vão a *The Paradise* conferir o andamento da grande liquidação que Moray realizou na loja. Esta se encontra lotada de clientes, sendo um sucesso de vendas e uma excelente oportunidade para Moray demonstrar ao Sr. Glendenning o potencial da loja e para pedir-lhe o investimento necessário para a expansão da *The Paradise*.

Segundo o Sebrae (2017), o empreendedor desenvolve uma rede de relações comerciais favoráveis para o seu empreendimento, além de traçar estratégias que o ajudarão a obter apoio para seus projetos. Na cena analisada, nota-se que Moray tem essa postura com o seu futuro

sogro. O Sr. Glendenning é um banqueiro influente na cidade e conseguir um investimento dele viabilizará o crescimento de seu negócio. Assim, ao criar uma ação em sua loja para enchê-la de clientes, e convidar o Sr. Glendenning a ir até o local para conferir o seu desempenho, Moray está criando uma estratégia que o ajudará a obter o apoio de seu futuro sogro. Para Schmidt e Bohnenberger (2009), o empreendedor utiliza a sua rede social para desenvolver atividades profissionais, e é isso o que Moray faz ao envolver o Sr. Glendenning, transformando uma pessoa da sua rede de contatos pessoal em alguém de contatos comerciais.

A estratégia utilizada por Moray também pode ser identificada como uma forma de convencer e influenciar o Sr. Glendenning a conceder o investimento, pois segundo Baron e Shane (2007), o empreendedor atua de maneira persuasiva, apresentando a habilidade de influenciar pessoas decisivas para o bom desempenho de seu negócio, sendo capaz de mudar comportamentos e opiniões. Ao perceber que não conseguirá o apoio do banco, Moray influencia seu sogro a investir em seu negócio, enaltecendo a sua importância e destacando a sua reputação no mercado por ser uma pessoa reconhecida por identificar oportunidades de negócio.

Além disso, ao entender que o aval do Sr. Glendenning é o suficiente para conseguir o investimento que precisa, Moray manifesta a sua característica de identificar oportunidades e de ser proativo. Para o Sebrae (2017), o empreendedor é aquele que antecipa-se às situações, agindo com proatividade ao criar e aproveitar oportunidades. O empreendedor também age com foco e disciplina nos projetos que gerencia ao identificar uma oportunidade (BESSANT e TIDD, 2009), e isso é perceptível em Moray quando ele identifica que a liquidação será uma excelente forma de mostrar ao Sr. Glendenning o potencial da *The Paradise* esforçando-se ao máximo para que esta ação aconteça, conforme observado na cena 1 já analisada.

- **Cena 03** (50:06 a 50:42/Temporada 01, episódio 01)

Categoria analisada a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Liderança.

Figura 5 - Moray agradece aos seus funcionários pelo sucesso da ação



Captura de tela da temporada 01, episódio 01. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Moray: Eu quero agradecer a todos vocês. O que conquistaram significa que a The Paradise pode crescer, que todos nós teremos trabalho e salário para nos manter. Mas mais do que isso, o que conquistaram aqui, hoje, do nada, foi emocionante. Eu lhes prometi bônus, e aqui estão. Venham buscá-los, merecem cada centavo.

[Aplausos de todos os funcionários]

- Comentários da pesquisadora:

Segundo Dornelas (2008), um empreendedor com a característica de liderança reconhece a importância de ter uma equipe qualificada, além de valorizar, estimular e recompensar seus funcionários. Na cena vemos justamente isso, já que Moray agradece o desempenho de sua equipe e a recompensa, conforme prometido em cena anterior no episódio, após o sucesso que a grande liquidação teve. Além disso, em uma cena posterior, Moray entrega pessoalmente e individualmente o bônus para cada funcionário, agradecendo a todos e reconhecendo a dedicação e o trabalho realizados.

Para Schmidt e Bohnenberger (2009), a liderança se faz presente quando o líder influencia outras pessoas para que estas adotem voluntariamente o seu objetivo próprio. Isso é perceptível através do sucesso que a ação obteve, pois a equipe trabalhou com afinco para atingir as expectativas de Moray, adotando o objetivo do empresário como um objetivo deles também. Fillion (1999) explica que a liderança exige a capacidade de influência para que o líder consiga fazer com que tudo ocorra como o esperado.

Bessant e Tidd (2009, p. 477) comentam que um empreendimento necessita de uma liderança estratégica “para conduzir a organização por um caminho diferente do dos concorrentes e do que sempre tomamos, rumo a novos espaços”. Em uma cena anterior do mesmo episódio que esta cena analisada pertence, Moray reúne a sua equipe para informar sobre a sua decisão de realizar uma mega liquidação e informa quão trabalhosa e desafiadora ela será, mas comenta que confia no potencial de todos para fazer da ação um grande sucesso. Assim, o personagem mostra que possui essa liderança estratégica comentada por Bessant e tidd (2009).

- **Cena 04** (21:48 a 22:03/Temporada 01, episódio 03)

Categorias analisadas a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Persistência;
- Oportunidades e proatividade;
- Redes de relacionamento, persuasão e influência;
- Criatividade e inovação.

Figura 6 - Denise dá uma ideia à Srta. Glendenning



Captura de tela da temporada 01, episódio 03. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Denise: Talvez o Sr. Moray devesse considerar abrir um departamento para crianças. Muitas clientes dele são mães. E teria facilitado muito a sua tarefa hoje. Não acha?
[perguntando à Srta. Glendenning]

- Comentários da pesquisadora:

No episódio em que esta cena pertence, é encontrado um bebê abandonado na *The Paradise* e Moray decide mantê-lo em sua loja para gerar publicidade gratuita e melhorar ainda mais a sua imagem. Ele realiza um acordo com o patrono de um orfanato para abrigar a criança após os dias em que ela ficará na loja e em troca Moray realizará uma doação para o orfanato e receberá os órfãos em seu empreendimento. Durante essa visita, a Srta. Glendenning decide comprar roupas para todas as crianças, uma difícil tarefa, uma vez que não há roupas infantis e é necessário tirar as medidas para confecção dos vestuários. Analisando essa dificuldade, Denise tem uma ideia e encontra uma oportunidade de negócio para a *The Paradise*: abrir um departamento infantil.

Entretanto, a Srta. Audrey, chefe do departamento feminino, havia proibido Denise de ter ideias. Porém a jovem encontra uma alternativa para fazer com que suas ideias cheguem a Moray, mesmo que o crédito não seja seu. Segundo o Sebrae (2017), o empreendedor é persistente quando não desiste perante os obstáculos, visando o sucesso. Ao dar a sua ideia de forma indireta para a Srta. Glendenning, Denise mostra-se perseverante, pois não desiste de trazer novas possibilidades e identificar oportunidades para a *The Paradise*, mesmo sendo proibida a fazer isso.

De acordo com Baron e Shane (2007), a prática do empreendedorismo se dá quando um indivíduo identifica uma oportunidade e executa um processo para explorá-la, transformando-a em algo concreto. Se o indivíduo não toma uma atitude para realizar sua ideia, ele está apenas exercitando a sua criatividade. Assim, uma característica básica e que todo empreendedor possui é a de saber identificar oportunidades e analisar a melhor forma para explorá-la em benefício próprio.

Dornelas (2008, p. 17) comenta que “[...] as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação”. O empreendedor é aquele que possui a capacidade de identificar algo prático para explorar essas ideias. Denise, ao visualizar a dificuldade que a Srta. Glendenning teve em comprar roupas infantis e após analisar o público que frequenta a *The Paradise*, identifica uma oportunidade de negócio ainda não explorada e toma uma iniciativa para transformar essa oportunidade em algo real.

Segundo o Sebrae (2017), a característica “Persuasão e redes de contatos” é verificada quando o empreendedor utiliza estratégias para influenciar pessoas importantes que podem contribuir para o seu negócio, cria redes de contatos para o seu empreendimento e elabora estratégias para obter apoio para seus projetos. Apesar de Denise não ser a responsável pelo

empreendimento, ela aproveita a sua relação vendedora-cliente com a Srta. Glendenning para fazer com que a sua ideia de negócio chegue até Moray. Assim, ela explora a sua rede de contatos com uma finalidade mercadológica. Além disso, ela é persuasiva e influencia a Srta. Glendenning de que a sua ideia é uma boa oportunidade ao informar o principal público da loja e ao utilizar a própria experiência da Srta. Glendenning para convencê-la.

Por fim, também nota-se a presença da categoria criatividade e inovação. Para Schmidt e Bohnenberger (2009), o empreendedor é inovador quando relaciona demandas, necessidades e ideias de mercado utilizando a criatividade. Para Drucker (2013, p. 39), “a inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor. É o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza”. Assim, ao idealizar um departamento infantil para a *The Paradise*, Denise utiliza a sua criatividade e obtém uma ideia inovadora.

Além disso, a ideia de Denise não surge do nada. Para obtê-la, foi necessária uma análise do contexto da Srta. Glendenning e da *The Paradise*. De acordo com Bessant e Tidd (2009, p.63), a produção criativa não acontece unicamente por aquilo que está presente no indivíduo, “[...] ela é influenciada pelo tempo, por outras pessoas, lugares, cenários, conhecimentos de áreas específicas e estratégias que as pessoas podem utilizar individualmente ou em grupos”. Assim, vários elementos influenciaram a percepção de Denise até ela ter a ideia inovadora e identificar uma oportunidade de negócio.

Apesar de Denise não ser a dona da loja, identifica-se nela o intraempreendedorismo. Segundo Chiavenato (2012), os intraempreendedores não são os gestores do empreendimento mas possuem o espírito empreendedor, dedicando-se de corpo e alma. Dolabela (2008) comenta que os intraempreendedores são funcionários que encontram na liberdade de ação e no acesso aos recursos organizacionais a sua motivação, sabem delegar mas gostam de “botar a mão na massa”, compreendem as necessidades do mercado, preocupam-se com a imagem organizacional, respeitam as hierarquias e possuem a habilidade de convencer os outros da suas visões e perspectivas. Por isso é possível identificar na personagem Denise as mesmas categorias de análise que identificamos em Moray, pois ambos possuem o espírito empreendedor e manifestam as características empreendedoras.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p.95), comentam que os empreendedores corporativos de sucesso apresentam algumas características individuais, como “o conhecimento do ambiente, a capacidade de ser visionário e flexível, de criar opções administrativas, de encorajar o trabalho em equipe, de estimular a discussão aberta, de construir uma coalizão de patrocinadores e de persistir”. Tais características apresentadas pelos autores estão presentes

nas categorias de análise discutidas neste trabalho, confirmando e reforçando o estudo levantado pelos autores.

- **Cena 05** (29:18 a 30:26/Temporada 01, episódio 04)

Categorias analisadas a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Correr riscos calculados;
- Planejamento.

Figura 7 - Denise conversa com as vendedoras do *Ladieswear*



Captura de tela da temporada 01, episódio 04. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Denise: Garotas, posso ter a sua atenção?

[Somente Pauline se aproxima]

Denise: Obrigada, garotas. O Sr. Moray nos pediu para prepararmos a visita do Sr. Fabian Eberhart. Como podemos presumir que ele não vestirá os vestidos que venderemos, devemos pensar apenas no que um homem gosta de ver. Podemos nos considerar especialistas nisso, não é, garotas?

[Uma funcionária da loja se junta à Pauline e Denise]

Denise: Um homem não sabe como vestir uma mulher. Ele acha que sabe, mas nisso e em muitas outras coisas, temos de levá-lo pela coleira, enquanto o deixamos pensar que não está sendo guiado. Não é assim?

[Outra funcionária se junta ao grupo]

Denise: O que o Sr. Eberhart deseja, embora não saiba, é que nós façamos as escolhas. Devemos passar-lhe confiança e certeza. Não um lance de escolhas, mas uma decisão clara. Bordados. Bordado negro, seda vermelha. Encomendaremos o crepe da China.

- Comentários da pesquisadora:

No episódio ao qual a cena analisada pertence, a Srta. Audrey está doente e Denise fica encarregada de comandar o departamento feminino nesse período. Então, quando a jovem chama as vendedoras para uma pequena reunião e apenas uma se junta inicialmente a ela, percebe-se uma manifestação de que elas não aceitarão facilmente o comando de Denise. Entretanto, através do seu discurso e de seu conhecimento, ela consegue atrair a atenção das vendedoras.

Dornelas (2008) comenta que o empreendedor sabe gerenciar os riscos que assume, avaliando as suas reais chances de sucesso. Schmidt e Bohnenberger (2009) também seguem essa mesma linha de raciocínio ao afirmarem que uma característica do empreendedor é assumir riscos calculados, relacionando e avaliando as variáveis que podem influenciar o resultado do seu projeto. Denise, ao encomendar o Crepe da China para vender ao Sr. Eberhart, assume um risco calculado, pois não é certeza de que conseguirá vender o produto a ele. Entretanto, considera-se um risco calculado pois a jovem está confiante de que conseguirá realizar a venda, baseado em seu discurso de que conhece o público que atenderá, conhecendo suas particularidades e desejos. Assim, ao avaliar as suas reais chances de êxito, a jovem decide dar continuidade ao seu plano.

Observa-se também a característica “Planejamento”. Para Schmidt e Bohnenberger (2009), essa característica resume-se na ação de preparar-se para o futuro enquanto que o Sebrae (2017) afirma que o planejamento envolve a organização objetiva das tarefas, com prazos definidos. Segundo Chiavenato (2012, p.150), o planejamento é a junção da definição dada pelos outros dois autores, e ele afirma que “planejar consiste em simular o futuro desejado e estabelecer previamente os cursos de ação necessários e os meios adequados para atingi-los”. Assim, de acordo com esses autores, Denise apresenta essa característica ao planejar-se para atender e vender um produto ao Sr. Eberhart, pensando em qual abordagem utilizará com ele, até a escolha do produto e a sua encomenda, terminando apenas quando a jovem consegue realizar a venda.

- **Cena 06** (39:57 a 41:32/Temporada 01, episódio 05)

Categoria analisada a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Comprometimento e energia.

Figura 8 - Denise arruma o departamento feminino



Captura de tela da temporada 01, episódio 05. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Moray: Denise. O que faz aqui?

Denise: Perdão, senhor. Sei que não deveria estar na loja a esta hora. Eu já vou.

Moray: Espere. Todas as garotas já foram embora. Você está aqui, trabalhando.

Denise: Não é trabalho, senhor.

Moray: Você é uma raridade, Denise. O que a trouxe aqui?

Denise: Desde menina, viver em uma cidade pequena não era o suficiente. Sempre quis mais.

Moray: É um sentimento e tanto. Querer mais. Conheço bem.

Denise: Sinto como se pertencesse à Paradise. Sinto como se fosse parte de algo emocionante. Como se pudesse ver o mundo mudar diante dos meus olhos, e poder tocar, e fazer acontecer.

Moray: Preciso ficar de olho em você, Denise, ou roubará meu trono de mim. Vamos. Precisamos colocar as roupas de volta ou estará em apuros com Srta. Audrey amanhã.

- Comentários da pesquisa:

Dornelas (2008) comenta que o empreendedor de sucesso dedica-se integralmente ao seu negócio, vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana. Segundo o autor: “São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram

problemas pela frente. São incansáveis e loucos pelo trabalho” (DORNELAS, 2008, p. 17). Observa-se essa característica na personagem, quando esta se encontra trabalhando depois do expediente voluntariamente, ação que já foi observada em episódio anterior (temporada 01, episódio 01, minuto 32:09). A jovem é apaixonada pelo que faz e não enxerga o trabalho como algo obrigatório ou ruim, ressaltando o seu comprometimento.

Para o Sebrae (2017), o comprometimento é quando o empreendedor está disposto a sacrifícios pessoais, colabora com os funcionários, trabalha em equipe, é atencioso com os clientes e assume as responsabilidades sobre o sucesso e o fracasso. No episódio em que a cena analisada pertence, Denise havia tido uma ideia para vender *lingeries*, mas não obteve o resultado esperado, sendo um fracasso de estratégia de vendas. A jovem assumiu a responsabilidade pelo erro e teve outra ideia para vender os produtos, que atendessem de modo respeitoso para a época às suas clientes ao mesmo tempo em que despertasse as suas curiosidades e desejos. Reforça-se, assim, a característica “Comprometimento e energia” da personagem.

Bessant e Tidd (2009) comentam sobre um tipo de confiança baseada no comprometimento, a partir da qual os indivíduos têm interesse mútuo e possuem afincos com objetivos semelhantes. Fica subentendido na cena que há essa confiança baseada no comprometimento, uma vez que ambos, Denise e Moray, são comprometidos com a *The Paradise* e possuem objetivos comuns, como trabalhar para o crescimento da loja, além de terem paixão pelo que fazem. Ao brincar com a jovem de que ela pode um dia roubar o seu trono, Moray reconhece o potencial da jovem e a sua vontade de crescimento profissional.

- **Cena 07** (30:55 a 32:58/Temporada 02, episódio 03)

Categoria analisada a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Independência e autoconfiança.

Figura 9 - Moray e Denise discutem sobre Denise se candidatar à chefia do *Ladieswear*



Captura de tela da temporada 02, episódio 03. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Moray: Se você ganhar o posto...

Denise: Aquele para o qual não me julga preparada ou capaz?

Moray: Se virar chefe do departamento feminino, você se tornará visível. Exposta. E não poderei protegê-la contra os esquemas de Katherine.

Denise: Teme que prejudicarei seus planos?

Moray: Não, temo que você venha a sofrer. Não havia percebido até Dudley me dizer como minha partida para a França a deixou vulnerável e desprotegida. Eu não deixaria isso acontecer novamente. Denise, por favor. Deixe-me mantê-la em segurança. Por favor. Desista.

Denise: Com a minha idade, você estava construindo a The Paradise.

Moray: Mas você não é igual a mim. Você é você.

Denise: Sua pequena campeã.

Moray: Sim.

Denise: Mas não igual a você?

Moray: Você é diferente. Com a sua idade, eu estava construindo a The Paradise. Não só porque tinha as ideias, mas porque havia viajado o mundo, implorado e intimado a ponto de conseguir o apoio financeiro para transformar ideias em realidade. Não vejo isso em você.

Denise: Porque se eu entrasse num banco buscando apoio financeiro, achariam que eu estava querendo trabalhar de faxineira. Ou que iria vender meu corpo. Nem sei se uma

mulher poderia passar pela porta. É diferente para mim, não porque sou diferente, mas porque o mundo me trata assim. Não enxerga isso?

Moray: Não quero que se torne uma outra versão do que sou, de quem sou.

Denise: John. É aí que somos diferentes.

- Comentários da pesquisadora:

Segundo Dornelas (2008, p.18), os empreendedores “[...] querem estar à frente das mudanças e serem donos do próprio destino. Querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos [...]”. No caso de Moray, a característica se faz presente conforme o personagem faz um resgate da sua trajetória profissional, informando os passos e decisões que teve para chegar até ali. Sua independência e autoconfiança foram fundamentais nesse processo e o personagem reconhece isso. Em Denise, a característica se manifesta através do desejo da personagem em ser alguém como Moray, um empreendedor que toma decisões e assume riscos e desafios. No decorrer da série, a personagem manifesta esse desejo mais de uma vez, e assumir o cargo de chefia do departamento feminino é um importante passo na sua carreira, pois ela poderá colocar em prática suas ideias e terá mais liberdade e liderança; e ela acredita ser capaz de tal função.

O Sebrae (2017) comenta que a característica “Independência e autoconfiança” envolve a capacidade de desenvolver autonomia para agir com confiança no sucesso. O empreendedor é confiante sobre a sua própria capacidade, é determinado e confia mais em suas opiniões do que na de terceiros. Como já discutido, os personagens são confiantes sobre sua capacidade própria, entretanto não consideram suas opiniões mais importantes que a dos outros. Apesar de na cena analisada Moray querer que Denise acate o seu ponto de vista, o personagem está sempre em constantes reuniões com outros funcionários da *The Paradise* para que eles o ajudem a fazer uma escolha. Na próxima cena a ser analisada, Denise realiza uma votação com as vendedoras do departamento feminino, mostrando que considera as opiniões de terceiros tão importantes quanto as suas.

Assim, nota-se a manifestação da necessidade de afiliação em ambos os personagens. McClelland (1987 apud KRÜGER, PINHEIRO e MINELLO, 2017) é o autor da Teoria das Necessidades Adquiridas, na qual os indivíduos agem impulsionados pelas necessidades de realização, afiliação e poder. A necessidade de afiliação pode ser compreendida quando “as pessoas perseguem a amizade e a cooperação no lugar do confronto; procuram a compreensão e as boas relações” (SEBRAE, 2013, p. 33). Ao buscarem apoio e compreensão nos colegas de trabalho, Moray e Denise manifestam esse tipo de necessidade.

Segundo Dolabela (2008, p. 110), “a ação empreendedora é sempre coletiva, mesmo que se possam identificar méritos pessoais indissociáveis do sucesso alcançado [...]”. Para o autor, o individualismo não significa isolamento, mas sim o reconhecimento da diversidade, de que cada pessoa é capaz de construir seus próprios sonhos, baseados em suas visões de mundo e formas de ser. Assim, esse traço de independência do empreendedor se faz presente em Moray e em Denise quando eles consideram as opiniões de todos os funcionários da *The Paradise*, reconhecendo suas individualidades. Inclusive, na cena analisada, posteriormente Moray reconhece que Denise é alguém que possui uma grande capacidade de crescimento profissional e respeita a decisão da personagem.

- **Cena 08** (02:15 a 03:19/Temporada 02, episódio 05)

Categoria analisada a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Liderança.

Figura 10 - Denise conversa sobre dividir as comissões das vendedoras do *Ladieswear*



Captura de tela da temporada 02, episódio 05. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Clara: Dividir nossa comissão?

Denise: Ao final de cada semana, dividiremos a quantia total entre todas as moças. Sim.

Clara: Por que faríamos isso? Aquelas que trabalham arduamente, que cuidam em mimar as clientes assíduas, vão tirar os ganhos de dentro da própria bolsa.

Denise: Mas se dividirmos o dinheiro, se uma de nós ficar doente ou passar por dificuldades, terá uma renda de segurança. Se sentirmos que trabalhamos em conjunto, acho que ganharemos mais.

Susy: Temos mesmo?

Clara: Mas, Susy, você ganha a menor comissão.

Susy: Pode não ser nada, mas é meu nada.

Clara: Não é a competição, a inveja e o medo que nos motiva a fazer o melhor?

Denise: Não acredito que temos que competir. Todas nós amamos nosso trabalho. Sugiro uma votação.

Clara: Uma votação? E se você perder? Não minará sua autoridade?

Denise: Eu não vejo dessa forma, Clara. Se for uma boa ideia, vencerá. Se não for, não vencerá. Levantem as mãos, por favor, se acham que devemos dividir a comissão.

[Todas levantam a mão]

Denise: Obrigada.

- Comentários da pesquisa:

Denise consegue a promoção para ser chefe do departamento feminino e começa a realizar algumas mudanças no setor. Para Neumeier (2010), a liderança ocorre quando o líder conduz as pessoas para uma situação melhor do que a atual. Observa-se isso quando a jovem propõe uma mudança no processo de divisão das comissões das vendedoras, acreditando que isso trará melhorias para o ambiente de trabalho e o relacionamento entre as funcionárias.

Segundo Dornelas (2008, p. 18), “os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si”. Denise aprecia a opinião das meninas do *Ladieswear* e por tratar-se de um assunto que envolve a todas, ela propõe uma votação para aprovação ou não do novo método de comissão. Assim, ela estimula um diálogo franco e aberto no qual cada uma revela suas opiniões e questionamentos.

De acordo com Chiavenato (2012), o tipo de liderança que Denise trabalha na *Ladieswear* é a liderança democrática. Essa liderança ocorre quando “o líder expõe a situação atual e os objetivos pretendidos, delinea as alternativas e discute com a equipe os melhores cursos de ação” (CHIAVENATO, 2012, p.199). Para o autor, a liderança democrática é a ideal pois os subordinados podem participar ativamente nas decisões, dentro dos limites traçados pelo líder (CHIAVENATO, 2012).

Além disso, em sua liderança, Denise promove a confiança e a cooperação entre as vendedoras. De acordo com Baron e Shane (2007), para que uma equipe de pessoas seja

talentosa e motivada, é necessário trabalhar a confiança e a cooperação, uma vez que as pessoas em um ambiente de trabalho assim tendem a ter um melhor desempenho do que quando trabalham apenas isoladas.

- **Cena 09** (36:49 a 38:52/Temporada 02, episódio 07)

Categorias analisadas a partir dessa cena de acordo com o quadro 3:

- Oportunidades e proatividade;
- Criatividade e inovação.

Figura 11 - Denise e Moray desenvolvem uma ideia juntos



Captura de tela da temporada 02, episódio 07. Realizada em 08/12/2017.

- Transcrição do diálogo:

Moray: Achei que iríamos empilhar as edições aqui em grandes pilhas, impossíveis de não serem vistas na rua. E contanto que façamos a publicidade adequadamente, só o nome deve ser suficiente para atrair as pessoas pela porta.

Denise: Mas o que impede as pessoas de comprarem seus exemplares e sair imediatamente de novo?

Moray: Precisamente, assim que passarem pela porta, precisamos mantê-las aqui. Você viu em primeira mão o fascínio da fotografia. Talvez exista uma forma de controlarmos este mesmo sentimento.

Denise: É possível criar névoa?

Moray: Névoa?

Denise: Christian diz que a vida é sobre experiências e que uma fotografia é sobre capturar um momento de forma que possa voltar àquela experiência sempre que quiser.

Moray: Suponho que seja o motivo pelo qual as pessoas se encantem com essas histórias. É uma fuga para outro mundo.

Denise: E se déssemos a elas esse mundo?

Moray: Se tivéssemos névoa aqui, no Grande Salão...

Denise: À medida que forem chegando, grupo por grupo, seria como se estivessem entrando dentro da própria Casa na Colina.

Moray: Aposto que Christian poderia criar algo.

Denise: O que precisaríamos seria a escuridão trazendo a floresta para dentro, mostrando o caminho para a casa.

[Denise e Moray vão à cozinha]

Myrtle: Já comecei a receita de pudim de ameixa, Sr. Moray.

Denise: E os clientes chegarão aqui e pegarão direto da bandeja.

Myrtle: Entrar na minha cozinha?

Moray: Sim. Mas você não será mais Myrtle. Você será... Qual o nome da cozinheira na história?

Denise: Mary.

Moray: Mary.

Denise: Para o lançamento da revista. A The Paradise vai se transformar na Casa na Colina.

Moray: Cada cômodo uma experiência diferente. E Mary fará seu pudim de ameixas envenenado.

[Denise e Moray vão ao Ladieswear]

Moray: Eles vão querer um fantasma, então temos que dar um a eles. Christian, isto pode ser feito?

Christian Cartwright: Sim, é possível.

Denise: A aventura deles irá terminar no mesmo local do último fascículo, no quarto de Grace.

Moray: Eles terão que esperar até que cheguem aqui e então terão a chance de adquirirem a edição final.

Denise: Assim que tiverem percorrido toda a loja.

Moray: E Christian estará aqui para capturar uma recordação da experiência deles. Obrigado, Denise.

Denise: Nós ainda não fizemos.

Moray: Mas faremos.

- Comentários da pesquisadora:

Nesta cena é possível identificar as categorias de análise “Oportunidades e proatividade” em Moray e “Criatividade e inovação” em Denise. Como já discutido em outras cenas, é inerente ao perfil empreendedor o processo de identificação de oportunidades. Ao analisar a literatura sobre empreendedorismo para encontrar uma definição sobre empreendedor, Filion (1998, p. 19) observa “o vínculo entre os empreendedores e a capacidade de detectar oportunidades. Tal constatação sugere que o empreendedor desenvolve alto nível de consciência do ambiente em que vive”. Se analisarmos a *The Paradise*, ela por si só já se constitui como uma inovação. Por ser a primeira loja de departamentos do país, Moray identificou uma oportunidade de negócio diferenciada e soube como explorá-la. A *The Paradise* é mais do que uma simples loja, pois seus departamentos oferecem ao cliente experiências de compra únicas com produtos dos mais diversos lugares do mundo.

Apesar da ideia de trabalhar com algo conectado ao folhetim “A Casa na Colina”, que estava fazendo sucesso na cidade, ser de Dudley, Moray a desenvolveu, conversou com os editores do folhetim, encontrou uma forma de parceria e mobilizou a sua equipe. Segundo Dolabela (2013, p. 130), para desenvolver uma oportunidade, é necessário ter a “[...] capacidade de buscar recursos financeiros, tecnológicos e humanos, além de saber gerenciá-los”, e é exatamente isso que Moray faz, de acordo com a cena analisada.

A característica “Criatividade e inovação” está presente em todo o diálogo entre os dois personagens. Filion (1998) associa o empreendedor à inovação e afirma que estes “[...] são agentes de mudanças; fazem coisas novas e diferentes”. A ideia que Moray e Denise desenvolvem juntos propõe que seus clientes e leitores do folhetim “A Casa na Colina” sejam envolvidos no ambiente da história do folhetim, trabalhando o imaginário das pessoas, o que é algo criativo e inusitado para o final do século XIX.

Neumeier (2010) comenta que a criatividade e a inovação se fazem presentes no processo de produção de novas ideias ou de solução de problemas. A ideia de Moray é desenvolvida com a ajuda de Denise a partir do momento em que ela observa que a disposição dos exemplares da revista contendo o último capítulo do folhetim poderia afetar o desempenho da ação. Eles, então, trabalham em conjunto para solucionar este problema.

Segundo Drucker (2013), os empreendedores “[...] criam valores novos e diferentes, e satisfações novas e diferentes, convertendo um ‘material’ em um ‘recurso’, ou combinam

recursos existentes em uma nova e mais produtiva configuração”. Ao propor a recriação do ambiente literário da “A Casa na Colina”, Moray e Denise buscam o encantamento de seus clientes e leitores do folhetim, proporcionando-lhes uma nova experiência de compra. Além disso, eles utilizam recursos que estão à sua disposição, como o conhecimento da funcionária Susy sobre o folhetim, a cozinheira Myrtle e o fotógrafo Christian, para explorar a oportunidade identificada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises das cenas selecionadas da série televisiva “The Paradise” tiveram como objetivo a identificação das categorias temáticas elaboradas com base na literatura bibliográfica sobre empreendedorismo. A intenção das análises foi verificar se os personagens John Moray e Denise Lovett são exemplos de empreendedores, de acordo com teóricos estudados no referencial bibliográfico, comprovando ou não se é possível identificar neles características empreendedoras comuns.

Na pesquisa deste trabalho foram selecionadas nove categorias de análises, sendo elas: “Oportunidades e proatividade”, “Comprometimento e energia”, “Criatividade e inovação”, “Correr riscos calculados”, “Redes de relacionamento, persuasão e influência”, “Independência e autoconfiança”, “Persistência”, “Planejamento” e “Liderança”. Foi possível a identificação de todas as categorias de análise nos personagens da série televisiva trabalhada.

A partir das análises observou-se que as categorias “Oportunidades e proatividade” e “Criatividade e inovação” costumam aparecer juntas. Afinal, de acordo com Dolabela (2008, p.127), apenas saber identificar uma oportunidade não é o suficiente, “é preciso estar preparado para criar um produto ou serviço que satisfaça as necessidades identificadas (e para isso a capacidade de produzir inovação é indispensável) [...]”. Portanto, comumente, o empreendedor, ao identificar uma oportunidade, recorrerá à inovação para explorá-la da melhor forma.

Constatou-se que apesar dos personagens Moray e Denise possuírem as características da categoria temática “Independência e autoconfiança”, eles não se enquadram perfeitamente a ela, devido a um detalhe. O Sebrae (2017) descreve que o empreendedor confia mais em suas próprias opiniões do que na de terceiros e o que ocorre na série é o oposto. Denise, ao assumir o cargo de chefia do departamento feminino, coloca em prática alguns novos métodos de liderança, entre eles o sistema de votação para decisão de algumas pautas que afetam todas as funcionárias do seu departamento. Ao realizar esse método democrático, a jovem dá espaço para as demais manifestarem as suas opiniões, nas quais Denise confia tanto quanto nas suas.

Moray também demonstra confiar nas opiniões de seus funcionários, uma vez que sempre se encontra rodeado de conselheiros para o ajudarem a tomar uma decisão. Com isso, observou-se a manifestação da necessidade de afiliação, da Teoria das necessidades Adquiridas, na qual há a priorização das boas relações entre os funcionários e a cooperação ao invés do confronto (SEBRAE, 2013).

Também foi possível identificar que a categoria “Liderança” está ligada à categoria “Redes de relacionamento, persuasão e influência”. Isso porque, segundo Filion (1999, p.10),

“quando uma pessoa está em posição de liderança deve exercer certa influência sobre as outras pessoas para que as coisas ocorram como desejado”.

Na série, foram identificadas cenas em que os personagens Moray e Denise conseguiram detectar oportunidades no mercado e souberam como explorá-las, gerando mais visibilidade para a *The Paradise* e resultando em mais vendas e lucros. Como Denise está mais envolvida com o setor feminino, suas ações, inicialmente, são voltadas para aquele departamento. Entretanto, conforme ela vai ganhando confiança e crescendo como profissional, inclusive sendo promovida a chefe do *Ladieswear*, a jovem identifica oportunidades que contribuirão ou envolverão a loja como um todo e não apenas um departamento.

Já o personagem Moray, por estar mais envolvido com a gestão da *The Paradise*, apresenta poucas cenas de identificação de oportunidades, uma vez que ele está focado em conseguir o investimento do Sr. Glendenning e, na segunda temporada, em recuperar a sua loja. Entretanto, na descrição do Sebrae (2017) sobre a característica de busca por oportunidades, é explicado que o empreendedor tem proatividade e procura maneiras de expandir seu empreendimento, e é justamente o que Moray faz durante toda a série, seja para ter um investidor para expandir a *The Paradise* ou para recuperá-la.

Na história dos personagens Denise e Moray é possível identificar uma compatibilidade na trajetória profissional dos dois. Afinal, apesar desta informação não ser abordada nas cenas analisadas, Moray e Dudley trabalharam juntos na antiga *The Paradise*, quando ela ainda era uma pequena loja. Foi somente com a gestão de Moray, que futuramente tornou-se o dono da loja, que houve o desenvolvimento e a *The Paradise* surgiu e transformou-se na primeira loja de departamentos. Assim, pode-se supor que ele começou como um intraempreendedor e somente depois se tornou um empreendedor. Conforme Chiavenato (2012) explica, um intraempreendedor é aquele funcionário que não é dono do negócio mas possui o espírito empreendedor.

O mesmo ocorre com Denise, que durante toda a série manifesta o seu espírito empreendedor, identificando oportunidades, agindo com proatividade, utilizando a criatividade e a inovação para transformar as oportunidades em realidade e dedicando-se com afinco e persistência a *The Paradise*. Somente no final do último episódio da série, que acabou não sendo abordado nas análises, a personagem consegue realizar o seu desejo de ser alguém como Moray e informa-o que abrirá uma loja de produtos para beleza. Sua ação pode ser considerada como empreendedora, pois, de acordo com as observações de Hisrich, Peters e Shepherd (2009), as definições do comportamento empreendedor abrangem “[...] (1) tomar iniciativa, (2)

organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático e (3) aceitar o risco ou o fracasso”.

A possibilidade de identificação das categorias de análise em cenas que contém mais de uma delas ilustra o quão dinâmica é a atuação do empreendedor. Dornelas (2008, p.17), afirma que os empreendedores “mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam um certo inconformismo diante da rotina”. Isso foi observado pois cada episódio apresenta uma oportunidade de negócio ou ideia a ser explorada com criatividade, oferecendo uma quebra da rotina. Entretanto, é necessário ressaltar que o objeto analisado é uma série televisiva, que trabalha com o imaginário do telespectador, podendo apresentar uma leve ampliação das ações dos personagens.

Nota-se também que a identificação de todas as categorias analisadas em uma série televisiva cuja ambientação é no final do século XIX, gera uma reflexão: o perfil empreendedor ou as características comumente associadas a esse agente não mudaram muito no decorrer dos quase um século e meio que separam o ambiente temporal da série ao da pesquisadora deste trabalho, e mesmo dos autores abordados na pesquisa bibliográfica.

Por fim, identificou-se que materiais audiovisuais como as séries podem ser excelentes instrumentos de ensino. Apesar de talvez o objetivo da série não ser ensinar sobre o empreendedorismo, ela cumpre parcialmente essa missão, ao apresentar ações empreendedoras em seus episódios, conforme identificado neste trabalho. Assim, com o suporte teórico sobre o tema, encontra-se oportunidades em estudar materiais audiovisuais como instrumentos pedagógicos no ensino do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1988.

BARON, R. A., SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. Tradução All Tasks. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BAUM, W. M. **Compreender o behaviorismo: ciência, comportamento e cultura**. Tradução Maria Teresa Araujo Silva, Maria Amelia Matos, Gerson Yukio Tomanari. Porto Alegre: ARTMED, 1999.

BBC. **Emun Elliott plays John Moray**. 2012a. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediacentre/mediapacks/paradise/emun-elliott>>. Acesso em: 25 de nov. 2017

BBC. **Joanna Vanderham plays Denise Lovett**. 2012b. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediacentre/mediapacks/paradise/joanna-vanderham>>. Acesso em: 25 de nov. 2017.

BBC. **Interview with Emun Elliott**. 2013a. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediacentre/mediapacks/paradisetwo/emun-elliott>>. Acesso em: 25 de nov. 2017.

BBC. **Interview with Joanna Vanderham**. 2013b Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediacentre/mediapacks/paradisetwo/joanna-vanderham>>. Acessado em: 25 de nov. 2017.

BBC ONE. **The Paradise**. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/programmes/p00vhpsv>>. Acessado em: 23 de nov. 2017.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1. ed, 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

BESSANT, J, TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4.ed. Barueri: Manole, 2012.

COSTA, A. L. da, BARROS, D. F., CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 2, art.1, p 179-197, Mar./Abr. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552011000200002&lang=pt>. Acesso em: 31 de jul. 2017.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

FERREIRA, F. L. A.; GIMENEZ, F. A. P.; AUGUSTO, P. O. M. Empreendedorismo e o processo de criação de uma nova organização. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.2, p. 70-93, 2014.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho 1999.

FURQUIM, F. **'The Paradise' está cancelada**. Veja, 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/8216-the-paradise-8217-esta-cancelada/>>. Acesso em: 23 de nov. 2017.

FURQUIM, F. **Obra de Émile Zola será adaptada pela BBC**. Veja, 2011. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/obra-de-emile-zola-sera-adaptada-pela-bbc/>>. Acesso em: 23 de nov. 2017.

HISRICH, D. R., PETERS, P. M., SHEPHERD, A. D. **Empreendedorismo**. Tradução Teresa Felix de Souza. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KRÜGER, C; PINHEIRO, J. P; MINELLO, I. F. As características comportamentais empreendedoras de David McClelland. **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**, 2017. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/mcclelland.html>>. Acesso em: 18 de out. 2017.

LAVILLE, C., DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Tradução de Heloísa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

MACEDO, N. D. **Iniciação à pesquisa bibliográfica**: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa. 2. ed. Revista. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

NEUMEIER, M. **A empresa orientada pelo design**. Tradução de Felix José Nonenmacher. Porto Alegre: Bookman, 2010.

RIBAS, R. A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. **Caderno de Administração**. Revista da Faculdade de Administração da FEA, v. 5, n. 1, 2011. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/7781/6624>>. Acesso em: 11 de nov. 2017

RN. **Stellar cast announced for Bill Gallagher's glittering new BBC One drama series The Paradise**. 2012a. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2012/the-paradise.html>>. Acesso em: 22 de nov. 2017.

RN. **Bill Gallagher's glittering new BBC One drama series....** BBC. 2012b. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediacentre/mediapacks/paradise>>. Acesso em: 23 de nov. 2017.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica**: guia para eficiência nos estudos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

SCHMIDT, S; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, Jul./Ago. 2009.

SEBRAE. **Empretec: fortaleça suas habilidades como empreendedor**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/empretec-fortaleca-suas-habilidades-como-empreendedor.db3c36627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 26 de out. 2017.

SEBRAE. **Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec.d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 26 de out. 2017.

SEBRAE. Módulo 1 - O Empreendedor. In: **Manual do aluno**: Disciplina de empreendedorismo. Brasília – DF, 2013.

SOUZA, A. **Você sabe o que é um Microempreendedor Individual – MEI?** Disponível em: <<http://blog.sebrae-sc.com.br/voce-sabe-o-que-e-um-microempreendedor-individual-mei/>>. Acessado em: 28 de out. 2017.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

APÊNDICE - RESUMO DOS EPISÓDIOS DA SÉRIE “THE PARADISE”

Temporada 01

- Episódio 01: Sr. Moray, dono da The Paradise, precisa provar ao Sr. Glendenning, um rico banqueiro e pai de sua namorada, Srta. Katherine Glendenning, que a The Paradise é digna de investimento. Para isso, ele tem a ideia de realizar uma grande liquidação em toda a loja. Apesar de todos os empecilhos, Moray consegue realizar a liquidação, e é um sucesso de vendas. Denise mostra-se uma excelente vendedora e já começa a despertar ciúmes em outras funcionárias, como Clara. Entretanto, a jovem está inspirada por Moray, desejando ser uma pessoa como ele.
- Episódio 02: A Srta. Glendenning está hospedando uma amiga em sua casa e a leva a The Paradise. Esta fica encantada e compra vários itens da loja. A jovem envolve-se em um pequeno escândalo com Sam, um funcionário da The Paradise, e isso coloca em risco o emprego do rapaz. Moray mostra que confia em seus funcionários e tenta investigar o que aconteceu antes de tomar uma medida que afete todos os envolvidos.
- Episódio 03: Um bebê é abandonado na The Paradise e Moray tem a ideia de cuidar dele por alguns dias para atrair uma boa publicidade para a loja. Ele realiza um acordo com um amigo seu, Sr. Peter Adler, patrono de um orfanato, para abrigar a criança. Em troca, Moray recebe os órfãos na The Paradise e a Srta. Katherine Glendenning compra roupas e sapatos para as crianças. Denise tem uma ideia inovadora diante desses acontecimentos: abrir um departamento infantil na The Paradise.
- Episódio 04: Subitamente, a Srta. Audrey adoece e sua causa é desconhecida. Denise fica responsável pelo *Ladieswear* enquanto a Srta. Audrey não melhora de saúde, o que causa ciúmes em Clara, funcionária que está há mais tempo que Denise na loja. Denise, com a ajuda de seu tio, descobre o motivo da Srta. Audrey estar doente e conversa com Moray a respeito. A jovem tem um ótimo desempenho como responsável pelo *Ladieswear* e mostra sua liderança nesse período.
- Episódio 05: Moray planeja expandir a The Paradise, mas o dono da barbearia ao lado da loja mostra-se resistente em vender a sua loja. Para conseguir o que quer, Moray faz um acordo com o barbeiro, tornando-o sócio minoritário da The Paradise. Entretanto, ele está causando confusão na loja e Jonas resolve misteriosamente este problema. Além disso, Denise tem uma ideia para vender as lingerie de Paris, mas não acontece como ela pensou, prejudicando a imagem da loja. Para reverter essa situação, a jovem

aprende com o erro e aproveita uma nova oportunidade para atrair as clientes e vender as lingerie. E, como esperado, a iniciativa é um sucesso.

- Episódio 06: Moray exhibe alguns pássaros na The Paradise para atrair clientes e coloca alguns à venda para gerar um dinheiro extra. Denise está apaixonada por Moray e conta a ele; eles se beijam. Porém, a jovem descobre que Moray pediu a Srta. Glendenning em casamento e isso a faz pedir demissão. Denise volta para a loja de seu tio e começa a ter ideias para fazer o negócio prosperar.
- Episódio 07: Denise reúne os pequenos comerciantes da rua para se unirem e trabalharem cooperativamente, pois isso trará muitos benefícios para todos. Apesar de não aceitarem a ideia no começo, eles resolvem tentar. Infelizmente, a parceria dura apenas dois dias, uma vez que os demais lojistas não se sentem pertencentes ao grupo e apresentam divergências de pensamentos. Entretanto, Denise segue persistente em fazer o empreendimento do tio prosperar.
- Episódio 08: Denise retorna a The Paradise e Moray confessa seu amor por ela. O Sr. Glendenning possui as escrituras de todas as propriedades da Rua Tollgate, incluindo a loja do Sr. Edmund Lovett e da The Paradise. Moray encontra-se num dilema, prosseguir e casar com Katherine Glendenning ou ficar com Denise e perder a sua loja. Moray escolhe Denise e abandona Katherine no altar.

Temporada 02

- Episódio 01: Um ano após os acontecimentos da última temporada, Moray retorna à The Paradise a pedido de Katherine, agora Sra. Weston. Moray havia sido banido de sua loja e, enquanto isso, Dudley administrou os negócios. Porém, a The Paradise não possui mais o prestígio de antigamente e as vendas não vão bem. Com o retorno de Moray, eles atiçam a curiosidade dos clientes, fechando a loja antes de uma nova liquidação. No dia seguinte, a The Paradise está cheia de clientes como antigamente.
- Episódio 02: Moray recebe a visita de uma amiga francesa, a *Mademoiselle* Clemente Romanis. Ela vai a The Paradise com a intenção de obter um contrato de venda de fogos de artifício para a loja e Moray quer prontamente fechar este contrato. Entretanto, o Sr. Weston quer realizar as negociações do seu jeito, o que acaba gerando um atrito entre ele e Moray. No final, eles fecham o acordo com Clemence, mas a estadia desta desperta o feminismo entre as funcionárias do The Paradise.
- Episódio 03: Com a saída da Srta. Audrey na The Paradise, há uma vaga para a chefia do *Ladieswear* e Denise se candidata. Com o cancelamento da visita dos funcionários à

Casa de Espetáculos, surge a oportunidade de Denise organizar um espetáculo na The Paradise para os funcionários. O espetáculo é um sucesso e todos adoram.

- Episódio 04: Moray tem dificuldades em aceitar Denise como chefe do departamento feminino. Além disso, ele encontra-se num momento de dificuldade, o Sr. Weston pretende ampliar a The Paradise e, se isso acontecer, Moray não terá condições de comprar a loja e tê-la novamente. Moray tem um plano para conquistar a The Paradise, mas não é muito moral. Ele e Denise conversam e conseguem se entender.
- Episódio 05: Moray segue com o plano de seduzir a Sra. Weston para causar uma briga no relacionamento dos Weston e assim conseguir recuperar a sua loja de volta. Entretanto, o Sr. Weston também está com uma estratégia para se manter no empreendimento: reconhecer que Denise é uma excelente funcionária e estar constantemente realizando ações que destaquem a jovem. Moray fica com ciúmes e diz a Denise que o Sr. Weston só está fazendo isso para afastá-los de seu plano, e isso prejudica o relacionamento dos dois.
- Episódio 06: Por conta das investidas de Moray na Sra. Weston, o ciúmes do Sr. Weston aumenta e Katherine receia sofrer algum tipo de agressão. Moray não consegue lidar com o destaque que Denise vem tendo e afasta-se um pouco da jovem. Denise encontra um potencial investidor para a The Paradise, mas Moray não aceita a ideia muito bem, por não saber lidar com o sucesso de Denise e estar muito preocupado com a Sra. Weston.
- Episódio 07: Moray e Denise não estão conversando devido ao conflito no seu relacionamento, mas deixam isso de lado para criarem um evento na The Paradise. O evento será o lançamento da edição final do último episódio do folhetim “A Casa na Colina”, que é um sucesso na cidade. O lançamento é a recriação do ambiente do folhetim na própria loja, com os principais elementos da história. Eles criam um evento que será uma experiência única para os clientes e leitores do folhetim.
- Episódio 08: Clemence está de volta à cidade, fugindo de grandes dívidas na França. Um cobrador a segue e o Sr. Weston paga as dívidas de Clemence, mas quer fazer dela sua amante. Moray tenta ajudar a amiga, e eles fazem um acordo: tentarão a sorte nos dados, se Moray ganhar, o Sr. Weston deixa Clemence livre, se Moray perder, ele sairá do país e nunca mais retornará. Moray ganha nos dados e eles fazem uma nova aposta, desta vez pela The Paradise. Moray ganha novamente e tem de volta a sua loja. Denise

tem uma ideia para um empreendimento só seu: abrir uma loja de produtos para beleza na antiga loja de seu tio.