



Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *a livraria*

Danilo Moreira dos Santos, Universidade Federal do Vale do São Francisco, Brasil¹

Joselita da Conceição Florentino, Universidade Federal do Vale do São Francisco, Brasil²

RESUMO

Objetivou-se identificar e discutir a influência de heurísticas e vieses inerentes ao empreendedorismo e às finanças comportamentais no filme *A livraria* em sua relação com os personagens e o contexto atual. Realizou-se análise fílmica, examinando-se cenas e fatos contrastados com conceitos cotejados pela bibliografia consultada. Verificou-se que, dada a racionalidade limitada, as decisões observadas sofrem influência de diversos vieses cognitivos, desde decisões iniciais da protagonista empreendedora, baseadas em experiências, emoções e sentimentos individuais, até suas decisões posteriores e decisões de outros personagens influentes na trama, corroborando-se semelhantes visões sobre o tema. Viram-se como vieses contribuem positivamente, proporcionando vantagens, e outros, negativamente, potencializando riscos no processo de ideação, criação e administração de empreendimento a partir do caso fílmico analisado, sendo cruciais ante as atitudes decisórias e influenciando nos rumos do empreendimento concomitante a outros fatores.

Palavras-chave: Heurísticas e vieses. Decisões empreendedoras. Finanças comportamentais. Filme *A livraria*. Análise fílmica.

1. INTRODUÇÃO

O modo como gestores, empreendedores e profissionais tomadores de decisões tomam-nas no dia-a-dia no contexto organizacional, profissional e em suas relações vem tendo grande importância, se localizando no centro de vários estudos. Desde há muito já foi apontado que isso se dá tanto numa perspectiva “prescritiva”, com a prescrição de modelo matemático para a tomada de decisão racional, como “descritiva”, com a descrição de modos através dos quais as decisões são tomadas (Simon, 1957 *apud* Bazerman e Moore, 2014). Também já se sabendo, desde há muito, que nesse aspecto do processo de julgamento e tomada de decisão os sujeitos envolvidos sofrem a influência de muitos vieses cognitivos que afetam essa capacidade humana de julgar (Tversky e Kahneman, 1974; Kahneman e Tversky, 1979), reconhece-se a importância de se buscar estar preparado para a identificação de tais vieses a fim de traçar estratégias que possam superá-los, propiciando, deste modo, a maximização e melhoria do processo decisório. A compreensão, por parte dos agentes decisores, do modo como ocorre a influência dos vieses

¹ danilo-2010moreira@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8644-1805>

² joselitaflorentino@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8670-3150>

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* cognitivos torna-se, então, fundamental para que estes tenham subsídios e possam, assim, buscar formas de mais bem conduzir as suas ações e decisões.

O processo decisório tem sido foco de estudos e análises em diferentes campos e sob diferentes aspectos nas ciências humanas, principalmente no campo das ditas ciências sociais aplicadas, como a administração, que têm abordado a tomada de decisão no âmbito dos negócios, da gestão e nas relações empresariais e organizacionais em geral, tais como os contextos que aqui serão relacionados (finanças comportamentais e empreendedorismo) à luz da metodologia de análise fílmica. Nesta abordagem segue-se a premissa de que “O filme pode gerar outras formas de saber ao possibilitar a utilização de seus relatos, para o ensino e a pesquisa em distintas disciplinas. Em Administração, situações apresentadas nos filmes podem exemplificar, complementar e enriquecer os conceitos de realidades organizacionais” (Barros *et al.*, 2017, p. 161), mesmo quando baseia-se num enredo de ficção, à medida que este proporcione elementos contrastáveis com aspectos da vida real.

Para elaboração deste trabalho teve-se como pergunta de pesquisa: quais as heurísticas e vieses presentes no enredo do filme *A livraria* (*The Bookshop*, 2017) e sua relação com as finanças comportamentais e o fenômeno do empreendedorismo? Assim, teve-se como objetivo geral: identificar e discutir as heurísticas e vieses presentes no enredo do filme *A livraria* e sua relação com o empreendedorismo, atitudes empreendedoras e as finanças comportamentais. Para tanto, especificamente buscou-se: 1) Identificar, no filme, situações em que se mostram presentes heurísticas e vieses referentes aos elementos empreendedorismo e finanças comportamentais; 2) Analisar as heurísticas e vieses presentes no enredo e a sua relação comportamental com os personagens; 3) Verificar a relação estabelecida pelas heurísticas e vieses presentes com o contexto atual das finanças comportamentais e do elemento empreendedorismo.

Este trabalho se estrutura em cinco partes. Em sequência a esta introdução se realiza um breve resumo dos principais conceitos e teorias sobre racionalidade limitada, heurísticas e vieses, bem como alguns aspectos de sua relação com o campo do empreendedorismo e das finanças comportamentais. Na terceira seção, aborda-se de forma mais aprofundada os aspectos metodológicos do trabalho. Na quarta, apresentam-se os resultados e sua análise e discussão, finalizando-se com as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Conforme apontado por Leitão (1993, p. 21), a “Teoria da Decisão” pautou-se principalmente por orientações prescritivas e normativas, buscando a melhoria na tomada de decisões, especialmente as que têm possibilidade de serem “programadas”, fazendo isso “[...] com o objetivo de melhorar a eficiência pela ampliação da racionalidade”. De acordo com essa mesma autora, “Foi Herbert Simon quem apresentou a primeira e mais notável restrição à racionalidade administrativa, mostrando a existência de uma dimensão afetiva do comportamento humano nas empresas. A partir daí, cresceram as contribuições para desmistificação do até então intocável princípio da razão objetiva” (Leitão, 1993, p. 22).

De modo geral, as teorias da decisão passaram por um processo encadeado de evolução ao longo do tempo. Conforme Heukelom (2014 *apud* Hümmelgen, 2016), elas receberam uma importante guinada com a Teoria da Utilidade Esperada (TUE) de Daniel Bernoulli, considerada a teoria mais importante a influenciá-la por meio da introdução de uma “característica subjetiva”, ou seja, a ideia de utilidade, enquanto aspecto fundamental dos processos de tomada de decisão, e que foi posteriormente pontuada por John Von Neumann e Oskar Morgenstern. Partindo desse histórico, se originou o modelo através do qual se aventou a ocorrência de decisões ótimas, que estariam relacionadas à realização de escolhas racionais baseadas na maximização da utilidade. Mas o mesmo terminou por se deparar com divergências entre as correntes de economistas e psicólogos debruçados sobre o tema, segundo a fonte citada.

Foi a partir da teoria desenvolvida pelos psicólogos israelenses e pensadores econômicos Amos Tversky e Daniel Kahneman (1974), que veio a complementação para esse modelo em disputa de racionalidade perfeita proposto a partir da TUE, tendo os mesmos revelado resultados empíricos mais promissores, ao proporem a influência de elementos heurísticos e de vieses no comportamento das pessoas e nos seus processos de decisão. A esse respeito, como discutem Saurin *et al.* (2011) acerca da influência dessas questões no aspecto do investimento, citando outros autores de referência na temática,

De acordo com a teoria da utilidade esperada (TUE), os indivíduos tomariam suas decisões de investimento pensando nas possibilidades de retornos futuros e o portfólio inicial não influenciaria nas decisões. (VON NEUMANN e MORGENSTERN, 1953). Porém, ao contrário desse comportamento, estudos têm mostrado que os investidores possuem vieses que os levam a cometer erros sistemáticos em suas decisões de investimento. (KAHNEMAN e TVERSKY, 1979; SAMUELSON e ZECKHAUSER, 1988) (Saurin *et al.*, 2011, p. 416).

Os feitos alcançados pelos teóricos Tversky e Kahneman (1974) neste campo foram possíveis através de teoria proposta pelos mesmos, chamada de Teoria dos Prospectos. Sobre ela, destaca-se:

A teoria do prospecto (prospect theory) foi desenvolvida por Daniel Kahneman e Amos Tversky e consistia num modelo descritivo que explicava as violações dos axiomas da racionalidade em escolhas entre opções de risco. Essa teoria alterou a teoria da utilidade esperada apenas o suficiente para que explicasse algumas observações anômalas à teoria de Daniel Bernoulli. (Hümmelgen, 2016, p. 58).

Nas palavras de Saurin *et al.* (2011),

Esta teoria mostra que os indivíduos tomam suas decisões de maneiras diferentes, dependendo do cenário econômico. Ou seja, os indivíduos tendem a ser mais avessos ao risco em cenários positivos e mais propensos ao risco quando o cenário é negativo. Além disso, os autores [Kahneman e Tversky (1979)] também afirmam que os indivíduos respondem a determinados atributos baseados em um ponto de referência que varia de acordo com cada pessoa e suas experiências passadas e/ou presentes. (Saurin *et al.*, 2011, p. 416).

Essa noção de aversão e/ou propensão ao risco na operação de mecanismos de racionalidade ante a necessidade de escolhas é também abordada de forma bastante didática no seguinte trecho:

Na Teoria Prospectiva da Decisão ou dos Prospectos, desenvolvida por Kahneman e Tversky (1979) e mostrada em Kahneman, Slovic e Tversky (1988), modifica-se o conceito de utilidade, pois os resultados da decisão são vistos como desvios (ganhos ou perdas) em relação a um ponto de referência que o decisor adota na decisão. Assim se o ponto de referência é tal que os resultados são vistos como ganhos, prevalece uma posição de aversão ao risco. Se, ao contrário, os resultados são vistos como perdas, prevalece a propensão ao risco. Isso se deve ao fato de que a sensação associada à perda de um valor é mais forte do que a sensação associada ao ganho do mesmo valor [...] (Oliveira, 2009, p. 79).

Quanto às referidas heurísticas de julgamento, aprofundadas a partir da citada Teoria dos Prospectos, estas podem ser definidas, de acordo com Tversky e Kahneman (1974), como um conjunto de estratégias simplificadoras nas quais as pessoas se baseiam para tomarem decisões. Consistem em um padrão de regras que implicitamente direcionam o comportamento decisório das pessoas, servindo como um elemento facilitador do complexo processo de se tomar decisões. Identificam-se quatro grupos principais de heurísticas: a da Disponibilidade, a da Representatividade, a da Ancoragem e Ajustamento e a heurística da Confirmação, cada uma com respectivos vieses (ou erros de julgamento) em que podem incorrer os decisores a partir do exagero no uso das mesmas:

- **Heurística da Disponibilidade:** segundo Kahneman, Slovic e Tversky (1988 *apud* Oliveira, 2009, p.77) “os gerentes avaliam a frequência, a probabilidade ou as causas prováveis de um evento através do grau em que as circunstâncias ou ocorrências do mesmo estão prontamente disponíveis na memória”. Consiste, portanto, em avaliar a frequência em que ocorre um determinado evento/fato, com base na facilidade em lembrar de outras ocorrências do mesmo. Também Macedo *et al.* (2003, s.p.) afirma que “a Heurística da Disponibilidade é aquela que diz que com frequência avaliamos as chances de ocorrência de um evento pela facilidade com que conseguimos nos lembrar de ocorrências desse evento”. Conforme Bazerman e Moore (2014), dessa heurística

podem decorrer o viés da facilidade de lembrança e o viés da recuperabilidade, por exemplo.

- **Heurística da Representatividade:** conforme Bazerman (2004 *apud* Oliveira, 2009, p.77), “é o julgamento por estereótipo, onde as bases do julgamento são modelos mentais de referência. Os gerentes avaliam a probabilidade de ocorrência de um evento através da similaridade da mesma aos seus estereótipos de acontecimentos semelhantes”. Em conformidade, Macedo *et al.* (2003, s.p.) também aponta que “os gerentes avaliam a probabilidade de ocorrência de um evento através da similaridade da mesma aos seus estereótipos de acontecimentos semelhantes. Em alguns casos, quando sob controle, o uso dessa heurística é uma boa aproximação preliminar”. Também Bazerman e Moore (2014, s.p.) associam essa heurística à influência de “estereótipos” anteriores nos processos de julgamento. Dessa heurística podem decorrer o viés da insensibilidade aos índices básicos, viés da insensibilidade ao tamanho da amostra, viés de interpretações erradas da chance, viés de regressão à média, viés da falácia da conjunção (Bazerman e Moore, 2014), dentre outros.
- **Heurística da Ancoragem e Ajustamento:** conforme Bazerman (2004 *apud* Oliveira, 2009, p.77) “[...] é aquela em que se avalia a chance de ocorrência de um evento pela colocação de uma base (âncora) e se faz então um ajuste. Os gerentes começam a realização de suas avaliações a partir de um valor inicial, que é posteriormente ajustado para fins de uma decisão final”. Para Macedo *et al.* (2003, s.p.), acerca dessa heurística “o valor inicial, ou ponto de partida, pode ser sugerido por um precedente histórico, pela maneira pela qual um problema é apresentado ou por uma informação aleatória”. Dessa heurística podem decorrer o viés do insuficiente ajustamento da âncora, viés de eventos conjuntivos e disjuntivos, e ainda viés do excesso de confiança, conforme Bazerman (1994 *apud* Macedo *et al.*, 2003, s.p.), dentre outros vieses possíveis.
- **Heurística da confirmação:** nela há a tendência a uma busca por informações confirmatórias do que se espera que seja verdadeiro, mesmo quando a negação de tais informações apresenta maior utilidade (Bazerman e Moore, 2014). Conforme esses autores, dessa heurística podem decorrer o viés da armadilha da confirmação, viés da ancoragem, viés de eventos conjuntivos e disjuntivos, viés da previsão retrospectiva (*hindsight*) e a maldição do conhecimento. Também o viés do excesso de confiança, entre muitos outros. Acerca da tendência de confirmação em meio a atitudes empreendedoras, segundo Baron e Shane (2007, p. 67), “Essa é uma tendência perigosa para os empreendedores, que não podem se dar ao luxo de ignorar informações contrárias a suas crenças – por exemplo, informações de mercado ou informações a respeito de concorrentes reais ou potenciais”.

Cada viés decorrente das respectivas heurísticas, as acima apresentadas e outras mais, apresenta um modo específico de ocorrência e de influência sobre a decisão, mas que também pode se relacionar à dada característica e à ocorrência de outro viés, de modo que diferentes vieses podem se fazer presentes numa determinada situação, no contexto de uma decisão, como será demonstrado na seção de análise dos resultados, mais afrente.

Nas abordagens mais recentes, contrapostas ao modelo das escolhas puramente racionais, o reconhecimento da influência de heurísticas e vieses os relaciona ao papel da intuição e de processos intuitivos. Nesse aspecto, para Macedo *et al.* (2003, s.p.) “As heurísticas, mais comuns, não são regras óbvias que decidimos empregar, mas abordagens intuitivas da mente humana, que na verdade são usadas quase que involuntariamente”.

Na definição trazida por Vergara (1991, p. 137), “intuição pode ter o significado de impulso vital, palpite, inspiração, pressentimento, insight, premonição, profecia, revelação. São graus de intuição. Qualquer um deles pode possuir o tomador de decisões”. Nesse sentido, também para esse autor

Tem-se que, tal como a sensação, intuição é percepção. A diferença está em que pela primeira, possível pelos órgãos dos sentidos, percebem-se fragmentações; pela segunda, possível pela consciência (no sentido filosófico e no da psicologia transpessoal), percebe-se o todo. É experiência vital, interna, não descritível por meio de palavras. (Vergara, 1991, p. 131).

Nesta mesma direção, Macedo e coautores também consideram que “A intuição torna-se imprescindível na tomada de decisão porque ela tem uma capacidade de síntese da situação, uma leitura do todo, enquanto a lógica e a razão precisam fragmentar e analisar e [*sic*] situação em partes” (Macedo *et al.*, 2003, s.p.). Assim, a atuação como mecanismo facilitador de julgamentos e decisões, inerente à intuição, tem relação justamente com essa sua capacidade de sintetização do todo, que permite a simplificação do processo e economia de tempo. Com efeito, “[...] a intuição, tal como a razão, é a faculdade do ser que permite o conhecimento. A distinção está em que pela intuição ele se faz de forma imediata, a priori” (Vergara, 1991, p. 131).

Na avaliação da influência da intuição admite-se, portanto, a presença de aspectos positivos decorrentes da mesma. Considera-se, inclusive, que “Os processos decisórios atuais necessitam ser [formalmente] complementados pela intuição, pois, ao contrário do que muitos acreditam a intuição não é contrária a [*sic*] razão, elas não são mutuamente excludentes, pelo contrário, são complementares e num processo decisório eficaz elas devem coexistir [...]” (Macedo *et al.*, 2003, s.p.). Não obstante, o fato é que a intuição, enquanto processo cognitivo naturalmente presente no comportamento humano, traz consigo a possibilidade de influenciar tanto positivamente quanto negativamente os processos de julgamento e decisão. Quanto a essa segunda possibilidade, como aponta Schnorrenberger *et al.* (2008, p. 10), “as intuições também podem precipitar o tomador de decisões, que pode vir a pular várias etapas do processo decisório até chegar diretamente na decisão final, muitas vezes baseado em dados e ou diagnósticos incompletos. Sua utilização é limitada e oferece muitos riscos”. Também como se expõe acerca das heurísticas, já descritas anteriormente como elementos intuitivos, “há muitas

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* situações em que a perda de qualidade da decisão ultrapassa em muito o tempo poupado pela heurística” (Bazerman e Moore, 2014, s.p.).

Ainda sobre o campo do empreendedorismo, foco principal deste trabalho, pode se, aqui, aprofundar a exposição de abordagens das características da influência desses sistemas cognitivos intuitivos (heurísticas e vieses) em meio às atitudes criativas e empreendedoras. A esse respeito, aponta-se, por exemplo, que “[...] os processos cognitivos são a base para a geração de novas idéias, para a criatividade e para o reconhecimento de oportunidades” (Baron e Shane, 2007, p. 62). Ainda para esses autores, citando Shepherd e DeTienne (2001), “Uma descoberta básica na pesquisa sobre o empreendedorismo é que quanto mais experiência as pessoas tiverem em um dado campo, maior a probabilidade de nele identificarem oportunidades” (p. 63), por influência dos esquemas e sistemas cognitivos, como heurísticas, vieses e a intuição, facilitados por essa mesma experiência. Também para eles, citando Baron (1998), “[...] tem-se sugerido que os empresários podem ser mais suscetíveis a essas tendências [de seguir os atalhos mentais] e a erros cognitivos do que as pessoas de outros campos ou ocupações” (p. 66). Pautados por estes aspectos é que se busca, portanto, analisar neste trabalho a influência dessas tendências e sistemas cognitivos no contexto das atitudes empreendedoras e das finanças comportamentais a elas relacionadas.

Empreender mediante as dificuldades requer habilidade, conhecimentos e persistência para desenvolver o negócio, assim como assumir uma postura que possibilite obter resultados positivos e que leve a prosperar a partir da inovação ou da entrada em determinado ramo. Sobre esse contexto inerente ao empreendedorismo e à inovação, segundo Bessant e Tidd (2019, p. 6, grifos no original),

O problema de um pode vir a se tornar a oportunidade de outro, e a natureza da inovação está fundamentalmente ligada ao **empreendedorismo**. A capacidade de avistar oportunidades e criar novas formas de explorá-las é indispensável ao processo de inovação. Os empreendedores correm riscos, mas calculam os custos da decisão de levar adiante uma ideia brilhante considerando possíveis ganhos caso tenham sucesso no empreendimento, especialmente se isso significa superar os participantes já envolvidos no ramo.

No caso fílmico aqui analisado, as dificuldades naquele pequeno vilarejo em que julgara ter identificado uma oportunidade, resolvendo ali empreender instalando uma loja de livros, foram significativas para Florence Green, como vem sendo sinalizado e como se aprofundará mais adiante. Talvez por não conhecer completamente a realidade sociocultural e política daquela cidade conservadora e com baixíssima prática de leitura, certamente ela não entendia o porquê de tanta resistência por parte das pessoas locais, nem como algo como uma simples

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* livraria poderia trazer problemas para aquela comunidade e despertar tantos sentimentos avessos aos seus planos. Na verdade, esta empreendedora custou a aceitar e a dar atenção a este fato e a muitos riscos ali corridos, até mesmo por apoiar-se em muitos dos atalhos mentais nos seus processos de julgamento, como será demonstrado.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho, de base qualitativa, foi realizado a partir da metodologia de análise fílmica associada à pesquisa bibliográfica, constituída pela consulta a bibliografias especializadas, como artigos e livros, além de monografias.

A análise fílmica vem sendo cada vez mais adotada no contexto do ensino, do estudo e da pesquisa no campo organizacional e profissional, já tendo sido empreendida em trabalhos com diversas vertentes e abordagens, sendo esse interesse e prática de pesquisa também abordado em diferentes trabalhos, como o recente artigo de Leite *et al.* (2021), que procede a uma revisão de literatura observando um progressivo uso da análise fílmica, nos últimos anos, enquanto estratégia de pesquisa qualitativa no campo da administração. Essa potencialidade da arte cinematográfica vem, portanto, se consolidando enquanto estratégia de pesquisa qualitativa e com base observacional.

Destaca-se que “Nos estudos observacionais, com análise fílmica privilegia-se a observação metódica e planejada, na modalidade indireta e não-participante, como estratégia de coleta de dados” (Leite, 2012, p. 220). Assim também se buscou realizar neste trabalho, de modo a se observar indiretamente determinados aspectos que, posteriormente a essas etapas de apreciação do filme, transcrição de diálogos e anotação de fatos significativos, passaram a ser analisados sob o recorte dado e de forma orientada pelos pressupostos teórico-metodológicos adotados.

Nesse sentido, mediante a análise do filme *A livraria* (2017) foi identificado em suas cenas principais a influência das heurísticas e vieses representados de forma significativa em sua narrativa, descrevendo-se a sua forma de ocorrência e suas características, bem como sua influência nas atitudes empreendedoras da protagonista diante das dificuldades obtidas em sua trajetória profissional empreendedora, bem como nas atitudes de outros personagens, também influentes sob esse processo. Procedeu-se, nesse sentido, ao destaque e análise de falas, situações e fatos retratados pelo enredo, inserindo-os, ou não, em quadros descritivos elaborados como forma de apoio às análises.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

O filme *A livraria*, cujo destaque de papel protagonizado é de uma empreendedora apaixonada por livros e por leitura, Florence Green, traz uma história fictícia e baseada no livro homônimo de Penelope Fitzgerald, sendo um resumo de aspectos principais do mesmo, produzido pela autora Isabel Coixet. A história gira em torno de uma viúva que, na década de 50, após 16 anos da perda de seu marido, resolve reconstruir a vida e, para isso, muda-se para um pequeno vilarejo no litoral da Inglaterra, obstinada a abrir uma livraria, adquirindo, para isso, o prédio mais antigo do lugar que estava desocupado há sete anos, a Velha Casa (Old House). Mas, apesar de sua obstinação, ao chegar à região e tornar conhecidos os seus planos, depara-se com forte oposição da população conservadora daquele pequeno e pacato vilarejo (em função da qual logo se insurgiram outros planos para o referido espaço a se instalar a loja de livros: criação de um centro de cultura para música e artes), no qual, em geral não havia o hábito de leitura, pois somente um senhor viúvo que morava sozinho, Sr. Brundish, gostava de ler.

A trama do filme vai desde o momento da chegada da personagem à vila, com a instalação do negócio e despertamento da ira de pessoas da elite local que vão se mostrando contrárias a isso e à empreendedora (ainda mais por se tratar de uma mulher que se mostra independente, uma afronta aos costumes e valores da época e daquela região), passando pelo período de êxito do mesmo, com a venda de alguns livros e a contratação de uma assistente, até o seu declínio após diversas investidas e armações de tais pessoas contrárias, motivadas pela influente Sra. Violet Gamart, para arruinar e acabar com aquele negócio emergente que era o sonho de Florence Green.

Em relação às cenas e momentos do filme nos quais podem ser identificados vieses e comportamentos que afetam a racionalidade humana para a tomada de decisão sob condições de incerteza, estas foram selecionadas em diferentes momentos, sendo os trechos analisados à luz de teorias sobre heurísticas e vieses e de sua aplicação no campo das finanças comportamentais e do empreendedorismo.

Na primeira cena aqui analisada, Florence Green vai ao banco local negociar um financiamento com o gerente do banco no intuito de adquirir os recursos necessários à criação do seu empreendimento e realização do seu sonho:

Quadro 1

Diálogo entre a Sra. Florence Green e o gerente do banco, Sr. Keble.

Locutores(as) e situação de interação	Narrativas
<p>No banco, a Sra. Florence Green (FG) negocia um financiamento com o gerente do banco, Sr. Keble (SK).</p>	<p>SK – <i>Tenho certeza de que esta nova livraria será como diz, Sra. Green. Mas, no momento, não posso dar uma resposta definitiva em nome do banco. A decisão não depende de mim. E a senhora me garante que tem ampla experiência com este tipo de negócio?</i></p> <p>FG – <i>Eu aprendi tudo sobre o ofício quando era garota e acho que não mudou muito desde então. E o mais importante é que eu adoro ler.</i></p> <p>SK – <i>Bem, não faria mal lhe dizer algumas coisas. Digamos que sejam conselhos. [em tom “grandiloquente e superior”, como conta a narradora] Devo lhe dizer que há quem acredite haver outros usos para a Velha Casa. Mas sempre há a possibilidade de vendê-la.</i></p> <p>FG – <i>Não tenho a menor intenção de vendê-la, Sr. Kemble, de forma alguma. Para que mais acha que a Velha Casa serviria? Por que nada foi feito nos últimos sete anos? Havia ninhos de pássaros, metade das telhas estavam soltas e tinha mau cheiro de ratos. Não seria melhor encher o local de livros para as pessoas olharem?</i></p> <p>SK – <i>Eu leio antes de dormir e geralmente caio no sono lá pela terceira página.</i></p> <p>FG – <i>Então, está vendo? Não percebe como os livros podem ser úteis?</i></p>

Fonte: *A livraria* (2017).

A narrativa observada no Quadro 1, acima, apresenta um viés muito comum de ocorrer em diferentes contextos e inclusive em situações relacionadas a atitudes empreendedoras, que é o **viés do status quo**, o qual indica que em determinadas situações as pessoas tendem a se fixar em normas ou situações antigas, procedendo à estratégia mental de manutenção de um *status quo*. Observa-se essa situação na atitude empreendedora da protagonista Florence Green, ao orientar-se pela preferência de manter a relação com um nível de referência que já possuía, buscando manter um estado atual e manter-se numa zona de conforto ao buscar empreender num ramo que já conhecia e dominava. Neste tipo de viés a percepção das desvantagens de realizar uma mudança de foco tende a se sobrepor à das vantagens, como explicam Saurin *et al.* (2011):

Uma das anomalias em relação à TUE é o chamado viés do status quo, assim chamado inicialmente por Samuelson e Zeckhauser (1988). Este viés indica que os indivíduos possuem uma forte tendência a manter o estado atual (não somente no contexto financeiro), pois as desvantagens de realizar uma mudança parecem muito maiores do que as vantagens (Saurin *et al.*, 2011, p. 417).

Observa-se também nesta mesma passagem o **viés sentimental e heurística do afeto** (Bazerman e Moore, 2014)³ nas atitudes da personagem, ao se orientar também pela intuição

³ Trazendo elementos que corroboram essa análise da heurística do afeto, esses autores citados destacam que “A maioria dos nossos julgamentos é despertada por uma avaliação afetiva, ou emocional, que ocorre mesmo antes REGMPE, Brasil-BR, V.8, Nº1, p. 90-113, Jan./Abr.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 99

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* acerca de suas aptidões profissionais além de um sentimento pessoal, ou seja, o gosto próprio pela leitura desenvolvido desde a infância, que atua como um dos mecanismos orientadores do comportamento operante e facilitadores da sua decisão de empreender. Ademais, a influência de uma memória afetiva sob o humor dessa agente quando a mesma reflete, igualmente, sobre a prática empreendedora e que tipo de negócio deveria implantar: a lembrança e a saudade do falecido marido que gostava de ler para a mesma, como se visualiza em determinado momento em parte inicial da trama, sendo a livraria uma forma de reconexão com o mesmo, pois foi numa livraria que ela o havia conhecido. Como já apontado no referencial teórico apresentado, segundo Baron e Shane (2007, p. 63), citando Shepherd e DeTienne (2001), “Uma descoberta básica na pesquisa sobre o empreendedorismo é que quanto mais experiência as pessoas tiverem em um dado campo, maior a probabilidade de nele identificarem oportunidades”. No caso fílmico aqui observado, além de a protagonista possuir experiência em relação ao campo profissional almejado, conforme diálogo exposto no Quadro 1, em que a mesma diz que aprendeu tudo sobre aquele ofício na infância, o enredo ainda aponta essas outras experiências pessoais que foram destacadas, as quais, como analisado, perfazem sua trajetória e sua memória, repercutindo nas situações e influenciando em sua decisão.

É possível ainda relacionar aqui o **viés da intromissão afetiva**, ao observar esse mesmo modo como as emoções levam a Florence Green a um estado de ânimo com a perspectiva de empreender e isso faz com que perceba e absorva somente os aspectos positivos relacionados em função de sua animação e determinação. Sobre esse viés afirma-se que “As emoções têm efeitos poderosos no pensar (por exemplo, quando estamos de bom humor, percebemos e lembramos de informações positivas; quando de mau humor, percebemos e lembramos das informações negativas)” (Baron e Shane, 2007, p. 68).

A partir da análise desses aspectos supracitados já pode se verificar como pode se inserir a influência de elementos subjetivos, para além das escolhas puramente racionais, no comportamento decisório ante ações empreendedoras. Vários trabalhos têm analisado ou mesmo mencionado esse aspecto da influência positiva ou negativa de elementos subjetivos como as emoções ou ainda como a intuição (a exemplo dos já discutidos: Vergara, 1991; Macedo *et al.*, 2003; Schnorrenberger *et al.*, 2008) nesse contexto investigativo da influência dos vieses de julgamento ou no contexto da tomada de decisão. Acerca daquela última, a

que ocorra qualquer raciocínio de nível mais alto (Kahneman, 2003). Embora essas avaliações afetivas normalmente não sejam conscientes, Slovic, Finucane, Peters e MacGregor (2002) oferecem evidência de que as pessoas, apesar disso, as utilizam como base de suas decisões, em vez de realizarem um processo mais completo de análise e raciocínio” (Bazerman e Moore, 2014, p. s.p.).

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* intuição, voltando-se a aspectos positivos da mesma no contexto organizacional, Macedo *et al.* (2003, s.p.) declara que “Contar com a intuição tornou-se necessário, não só apenas para dirigentes ou gerentes, mas praticamente para todas as pessoas envolvidas com estratégias de desenvolvimento organizacional.”. Com efeito, nessas estratégias referidas, também se engloba a figura do empreendedor, enquanto agente relacionado ao contexto organizacional e passível de se guiar pela intuição enquanto direcionador de ações e decisões, como foi aqui apontado no caso de Florence Green.

Nesta cena observa-se que a **heurística da representatividade**, este tipo de esquema mental que se baseia em “estereótipos” pré-formados (Macedo *et al.*, 2003; Bazerman, 2004 *apud* Oliveira, 2009; Bazerman e Moore, 2014), se faz presente no julgamento imposto pelo gerente do banco, quando se mostra insatisfeito com o negócio que seria instalado na Velha Casa, e que, para demonstrar isso, em meio às suas estratégias de convencer a Florence Green a desistir do empreendimento, se baseia na representação da leitura e/ou do livro como algo entediante, monótono e que logo desperta o seu desinteresse e sono ante o seu contato com os mesmos à noite: “Eu leio antes de dormir e geralmente caio no sono lá pela terceira página” (*A livraria*, 2017). Do mesmo modo, nesta mesma parte da trama, outro aspecto pode ser relacionado à **heurística da representatividade**, quando o personagem duvida da capacidade da pretensa empreendedora para tocar o negócio: “E a senhora me garante que tem ampla experiência com este tipo de negócio?” (*A livraria*, 2017). Cabe lembrar, aqui, que paralelo à inclinação intencional do gerente do banco para dificultar as ações de Florence Green se insere o contexto sociocultural conservador da época e da região retratadas na trama, bem como as representações ali reinantes sobre a figura feminina, nas quais a postura demonstrada por aquela pretensa empreendedora soava, no mínimo, como algo inesperado e espantoso, inclusive por não haver tantos exemplos de mulheres que ousassem tal comportamento voltado ao empreendedorismo e à independência financeira.

Sobre essa forma de influência da heurística supracitada no âmbito organizacional, aponta-se que “Os administradores também usam a heurística da representatividade. Eles podem prever o desempenho de uma pessoa com base em uma categoria estabelecida de pessoas que o indivíduo representa para eles” (Bazerman e Moore, 2014, s.p.). Foi o que ocorreu na situação supra. E, quanto à influência dessa mesma heurística no campo das finanças comportamentais e do empreendedorismo, sustenta-se ainda que os especialistas nessas áreas dos negócios “[...] irão prever o sucesso de um novo negócio com base na semelhança desse

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* empreendimento com riscos bem ou mal sucedidos do passado” (Bazerman e Moore, 2014, s.p.).

O trecho apontado no Quadro 2, a seguir, apresenta o diálogo entre a Sra. Violet Gamart e Florence Green com as investidas sutis daquela no sentido fazer a segunda desistir de abrir a livraria no local proposto, a Velha Casa. Nele é possível identificar o **viés do excesso de confiança**, este que “pode ser a mãe de todos os vieses” (Bazerman e Moore, 2014, s.p.), na postura otimista de Florence Green. Em tal comportamento os indivíduos imaginam possuir capacidade decisória superior às demais pessoas, de modo que o excesso de confiança demonstrado faz com que subestimem o risco associado ao fato em questão e superestime o seu potencial de decisão, fazendo assim acreditar que se tem “mais controle do que realmente” se tem (Bazerman e Moore, 2014, s.p.), como procede a protagonista Florence Green, que não se deu conta das investidas e das reais intenções da Sra. Violet Garmat naquele momento e, portanto, permanece passiva naquele contexto, somente focada em tocar seus planos sem se preparar contra e sem reagir às influências externas iminentes. Portanto, em sua avaliação momentânea, ela não admitira as incertezas existentes acerca dos fatos prováveis que se insurgiam como riscos às suas ideias e ao seu negócio emergente. Incorreu, assim, na já referida “tendência perigosa” aos empreendedores (Baron e Shane, 2007, p. 67), ao ignorar informações potenciais no contexto dado.

De acordo com Bazerman e Moore (2014, s.p.), o viés do excesso de confiança tem sido analisado sob três modos básicos: a) “Excesso de precisão [que] descreve a tendência de estar muito certo de que nossos julgamentos e decisões são corretos, sem interesse em testar nossas suposições [...]”; b) “Superestimativa [que] é a tendência comum de pensar que somos melhores, mais espertos, mais rápidos, mais capazes, mais atraentes ou mais populares (e assim por diante) do que realmente somos”; e c) “Superposicionamento é a tendência de pensar falsamente que estamos acima de outros em certas dimensões, particularmente em contextos competitivos”. A partir do exposto, podem ser observados os dois primeiros aspectos na atitude empreendida pela Florence Green, quando a mesma considera que está com a certeza em sua avaliação sobre a situação apresentada acerca da compra da Velha Casa para instalação do empreendimento e acerca do posicionamento dos moradores de Hardborough quanto a isso.

Quadro 2

Diálogo entre a Sra. Violet Gamart, seu marido, Bruno Gamart, e Florence Green.

Locutores(as) e situação de interação	Narrativas
<p>Convidada para uma festa em sua casa pela Sra. Violet Gamart (VG), Florence Green dialoga com ela e o seu marido, Bruno Gamart (BG), sobre o empreendimento.</p>	<p>VG – <i>Todos estão falando sobre o seu novo empreendimento. Você leva jeito para os negócios. Bruno! Já foi apresentada ao meu marido? Venha dizer à Sra.... [Bruno: Green!] como estamos contentes por vê-la. E pensar que estivemos rezando para termos uma boa livraria em nossa cidade, não é Bruno?</i></p> <p>BG – <i>É claro, queria. Não custa nada rezar. As coisas teriam sido melhores se tivéssemos rezado mais.</i></p> <p>VG – <i>Só um detalhe, Sra. Green. Não se mudou para a Velha Casa, mudou?</i></p> <p>FG – <i>Mudei, já faz mais de uma semana.</i></p> <p>VG – <i>[silêncio, cara de assustada e ao mesmo tempo raiva] Mas não tem água!</i></p> <p>FG – <i>Sr. Wilkins consertou os canos pra mim.</i></p> <p>BG – <i>Não esqueça, Violet, tem ido muito a Londres ultimamente e não consegue controlar tudo!</i></p> <p>FG – <i>Por que eu não devia ter me mudado?</i></p> <p>VG – <i>Acho que posso poupar-lhe algumas decepções. E talvez até algum dinheiro. Na verdade espero ajudá-la. Há outros lugares muito mais apropriados em Hardborough, principalmente para uma livraria.</i></p> <p>VG – <i>Acho que estamos tão acostumados a ver a Velha Casa vazia que protelamos ano após ano. A senhora, com essa pressa toda, nos deixou constrangidos, Sra. Green. O fato é que alguns de nós não estão totalmente de acordo coma a Velha Casa de repente virar uma livraria. Muitos de nós acreditam que ela deveria ser uma espécie de centro de artes local.</i></p> <p>BG – <i>Ótimo, Violet, reze para isso também.</i></p> <p>[...]</p> <p>FG – <i>Há seis meses venho negociando a compra da casa. Por isso, é difícil acreditar que alguém em Hardborough ainda não saiba disso. Acho que todos sabem.</i></p>

Fonte: *A livraria* (2017).

O comportamento orientado ao **viés do excesso de confiança** (Bazerman e Moore, 2014), anteriormente analisado, também pode ser observado na cena descrita pelo Quadro 3 a seguir, na qual o Sr. Brundish, único morador que lia no vilarejo antes da criação da livraria, e que acaba despertando um sentimento pela Florence Green, tenta alertá-la acerca da ameaça que a Sra. Violet Gamart representava ao seu negócio, não obtendo sucesso nisso, pois, também neste momento a destemida empreendedora se mostra um tanto evasiva em relação à questão e resistente a aceitar o fato, subestimando o risco representado pela influência da Sra. Violet Gamart, relacionado à atitude decisória ali constante. Assim, nesse momento de aconselhamento com o Sr. Brundish, Florence toma conhecimento do grau de poder de

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* influência da Sra. Violet Gamart, mas mesmo assim não se deixa abater pelas informações, nem mesmo por qualquer tipo de intimidação, prevalecendo o viés do excesso de confiança.

Quadro 3

Diálogo entre o viúvo Sr. Brundish e Florence Green.

Locutores(as) e situação de interação	Narrativas
<p>Convidada para um café em sua casa pelo Sr. Brundish (SB), Florence Green dialoga com o mesmo sobre o empreendimento.</p>	<p>FG – <i>Tenho um contador que vem periodicamente e o meu advogado.</i> SB – <i>Tom Thornton? Não irá muito longe com ele!</i> FG – <i>Não posso dizer que gosto muito do Sr. Thornton. [silêncio] Sabe, Sr. Brundish, existe uma certa responsabilidade quando se tem uma livraria...</i> SB – <i>Imagino que sim. Principalmente quando ninguém aprova. Há certas pessoas que estão muito chateadas com a sua livraria, Sra. Green, estou falando de Violet Gamart, que tinha outros planos para a Velha Casa, e que agora parece ter ficado ainda mais chateada.</i> FG – <i>Tenho certeza de que ela tem boas intenções.</i> SB – <i>Boas intenções? Violet Gamart? Aquela Cobra! O que ela quer é um centro de artes. Eu lhe pergunto, para que esta maldita cidade precisa de um centro de artes? E como a arte pode ter um centro? Mas ela botou na cabeça que tem e é por essa razão que ela quer se livrar de você e não vai parar até conseguir.</i> FG – <i>Ela não pode fazer isso. É a minha livraria. É a minha casa.</i> SB – <i>Foram pessoas como a Violet Gamart que me transformaram no que eu sou, Sra. Green. Graças aos seus contatos e conhecimentos, a Sra. Gamart é uma mulher muito poderosa. Isso não a preocupa?</i> FG – <i>[silêncio] Não! Posso voltar ao motivo da minha visita? Estou pensando em fazer o primeiro pedido de Lolita, de 250 livros, o que seria um risco considerável. Claro, não é uma pergunta sobre negócios, seria errado. Eu só quero saber, antes de fazer a encomenda, se o senhor acha que é um bom livro, e se acha que eu deveria vendê-lo em Hard...</i> SB – <i>Eu não dou tanta importância como a senhora à questão do que é certo ou errado. Eu li Lolita, como me pediu. É um bom livro, e, portanto, deve tentar vender para as pessoas de Hard... Eles não vão entendê-lo, mas é melhor assim. Entender deixa a mente preguiçosa.</i> [Se olham em silêncio, partem o bolo, agradecem-se mutuamente. Ele diz que admira a coragem dela e que gostaria de ajudá-la. [...] SB – <i>Boa sorte com Lolita.</i> FG – <i>Eu não vou me deixar preocupar, onde há vida há esperança.</i> SB – <i>Que ideia horrível [risos].</i> FG – <i>Obrigada pelo conselho senhor Brundish.</i> SB – <i>Hora, foi um prazer!</i></p>

Fonte: *A livraria* (2017).

Considera-se que “O modo como o indivíduo sente-se [emocionalmente] no momento da decisão é importante para que se possa compreendê-la” (Andriotti *et al.*, 2013, s.p.), pois, de acordo com esses autores, a literatura aponta que as emoções têm uma influência fundamental

REGMPE, Brasil-BR, V.8, Nº1, p. 90-113, Jan./Abr.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 104

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* sobre as decisões. No caso aqui analisado, a partir do exposto pela cena descrita no Quadro 3 acima, verifica-se, ainda, que a personagem Florence Green também se apoia nas emoções e sentimentos como critério de escolha para realizar a decisão de não se abster de buscar empreender, não abrir mão do seu sonho, nem mesmo se preocupar com a ameaça representada pela Sra. Violet Gamart, que lhe fora ali apresentada: “Eu não vou me deixar preocupar, onde há vida há esperança” (A livraria, 2017). Neste sentido, fica evidente o forte **viés sentimental** que a mesma mobiliza para tomar as suas decisões, observando-se que a emoção que ali lhe tomara, esse humor esperançoso, foi um elemento de forte influência, pelo fato de se apegar à mesma, por estar obstinada a alcançar seu objetivo e realizar seu sonho de criar o empreendimento.

Além disso, na atitude esperançosa e resignada presente nessa mesma situação descrita acima pode se observar o **viés da tendência otimista** e ainda o **viés da ilusão de controle**. Sobre o primeiro, afirma-se que “Em sua forma mais básica, a tendência otimista refere-se a esperar que as coisas mudem para melhor, mesmo quando não há base racional para tais expectativas” (Baron e Shane, 2007, p. 67). Em relação ao segundo, esses mesmos autores, citando Simon, Houghton e Aquino (2000), destacam que

A ilusão de controle refere-se à tendência de presumir que nosso destino, em sua maior parte, está sob mais controle do que realmente está, ou seja, acreditamos que temos mais controle sobre o que nos acontece do que as considerações racionais indicam. Pesquisas apontam que essa crença pode ser um importante fator na decisão de muitas pessoas de tornarem-se empresários; elas acreditam que o destino de novos empreendimentos que iniciam está sob seu controle, assim, subestimam o impacto potencial das condições econômicas, dos concorrentes e de muitos outros fatores que estão fora de sua influência. (Baron e Shane, 2007, p. 67, grifos no original).

Quadro 4

Diálogo entre Florence Green e o gerente do banco, Sr. Keble.

Locutores(as) e situação de interação	Narrativas
No banco, Florence Green conversa com o gerente do banco sobre a situação financeira do negócio.	SK – <i>Obrigado por vir, Sra. Green.</i> FG – <i>Não precisa agradecer, Sr. Keble.</i> SK – <i>A senhora tem noção de quão pouco capital de giro tem no momento?</i> FG – <i>Sim. É difícil não notar.</i> SK – <i>Eu diria que os negócios caíram bastante ultimamente, não foi? Mas acho que gostaria de saber que há um possível comprador para a sua loja.</i> FG – <i>Muito obrigada!</i> [se levanta irritada] <i>Sr. Keble, a minha loja não está à venda!</i> SK – <i>Mensagem recebida. Obrigado por ter vindo. A senhora ajudou bastante.</i>

Fonte: A livraria (2017).

Em meio à necessidade de obter mais recursos financeiros para investir na livraria, Florence Green, na cena exposta pelo Quadro 4, acima, se vê insatisfeita com o atendimento do Sr. Keble, diante de suas investidas para fazê-la desistir, além de não acatar a proposta de venda feita pelo mesmo. Entre os vieses comportamentais presentes nessa situação está o **viés da aversão à perda** (Kahneman e Tversky, 1979; Oliveira e Montibeler, 2017), devido ao fato de a mesma preferir não abrir mão do seu negócio vendendo-o, como sugestiona o gerente do banco, do que o ganho equivalente que poderia ter com a sua venda. Explicita-se, na citação a seguir, esse viés em sua relação com as finanças comportamentais, tornando-se mais evidente sua ocorrência e a sua forma de influência nessa situação analisada:

Kahneman e Tversky (1979) dizem que as pessoas preferem não sofrer a dor de perder algo do que o prazer de um ganho equivalente, assim, elas preferem não perder R\$ 10,00 a ganhar esses mesmos R\$ 10,00; esse conceito também diz que as pessoas não são avessas ao risco, mas sim as perdas, logo, elas estão propícias a assumir riscos maiores quando estão perdendo do que quando estão ganhando (Oliveira e Montibeler, 2017, p. 153).

Assim, com base nesses pressupostos, na situação aqui contrastada Florence Green segue a tendência apontada neste viés, a de deixar-se afetar mais pela perda do que pelo ganho, ou seja, a satisfação de obter determinado ganho mostrou-se menor que o sofrimento relacionado a uma perda equivalente, nesse caso a perda de sua loja de livros, o grande sonho de sua vida.

Quadro 5

Diálogo entre o advogado, o contador e Florence Green.

Locutores(as) e situação de interação	Narrativas
Em reunião com o advogado (A) e o contador (C), Florence Green conversa sobre a questão da desapropriação do imóvel.	<p>FG – <i>Senhores, parece que fui despejada pela cidade de Flintmarket.</i></p> <p>A e C – <i>Como mencionamos na nossa última conversa telefônica, parece que há uma nova lei parlamentar que permite ao Conselho de Flintmarket desapropriar a Velha Casa.</i></p> <p>FG – <i>Sim. Eu gostaria de saber, se possível, onde o Conselho obteve os fundos necessários para me despejar.</i></p> <p>A e C – <i>Aparentemente encontraram um benfeitor. O que me preocupa é se a Velha Casa é considerada habitável ou não. Se for considerada inadequada para habitação humana, ou se houver ameaça de danos à estrutura, será impossível exigir compensação financeira. Não vai receber um centavo.</i></p> <p>FG – <i>Eu moro lá e ainda sou humana! [risos] E não é tão húmida. No verão fica bem seco e no inverno fica...</i></p> <p>A e D – <i>Aqui está uma inspeção dos porões, de acordo com a qual está inundada de água.</i></p> <p>FG – <i>Desculpe... Que inspeção? Não me informaram de nenhuma inspeção.</i></p>

Locutores(as) e situação de interação	Narrativas
	<p>A e C – <i>Parece que em várias ocasiões, quando não estava na propriedade, um experiente construtor e rebocador, John Gipping foi enviado pelo Conselho para avaliar as condições das paredes e dos porões.</i></p> <p>FG – <i>John Gipping, o pai da Christine?</i></p> <p>A e C – <i>Pensamos que ele entrou por bem.</i></p> <p>FG – <i>Não me lembro de ter permitido sua entrada.</i></p> <p>A e C – <i>Seu ajudante, o Sr. Milo North. Todos vão supor que ele agiu como seu funcionário e estava seguindo suas instruções. [silêncio] A senhora tem algum comentário?</i></p> <p>FG – <i>Não!</i></p> <p>A e C – <i>O que nos deixa em uma posição difícil é o fato de que o senhor North também assinou uma declaração na qual afirma que o nível de umidade da propriedade afetou sua saúde, deixando-o incapaz de aceitar qualquer tipo de emprego comum.</i></p>

Fonte: *A livraria* (2017).

Observa-se no diálogo destacado no Quadro 5, acima, a ocorrência de vieses relacionados a uma das heurísticas mais comuns, e que, segundo Oliveira e Santos (2012), citando outros autores, trata-se de uma

[...] das três heurísticas descritas por Tversky e Kahneman (1974), que é a da **representatividade**, onde o julgamento do indivíduo acontece por estereótipo ou por modelos mentais de aproximação: a ocorrência de um evento é prevista através da sua semelhança com ocorrências passadas (BARBEDO e CAMILO-DA-SILVA, 2008) (Oliveira e Santos, 2012, p. 8, grifos nossos).

A orientação mental por meio dos vieses de tal heurística da **representatividade** leva Florence Green a achar que seria ressarcida, indenizada, por acreditar que numa situação de desapropriação de um imóvel legalmente adquirido e ocupado teria o direito de ser indenizada, como é comum que aconteça e como se espera que sempre ocorra. Mas não foi, de fato, incorrendo, portanto, em prejuízo em meio à fraude articulada contra ela, pela Violet Gamart. Esta chegou até mesmo a se articular com o seu sobrinho político para isso, influenciando-o a alterar uma lei de ocupação de imóveis antigos na cidade, pelo que a ocupação e apropriação da Velha Casa, pela Florence Green, vieram a ser judicialmente prejudicadas, além da articulação com outras pessoas para impedir que recebesse ressarcimento pela desocupação da mesma, como será abordado no Quadro 6, mais à frente.

A análise do filme aponta como a indiferença, a inveja e a crueldade duramente manifestada numa sequência de perseguições se somam a um conjunto de dificuldades impostas ante a tentativa de empreender, daquela senhora, no ramo da leitura. Outros vieses podem ser observados a partir desse aspecto presente na obra cinematográfica analisada, a exemplo do **vies da prova social**. Esse é um “conceito criado pelo psicólogo Robert Cialdini, em seu livro REGMPE, Brasil-BR, V.8, Nº1, p. 90-113, Jan./Abr.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 107

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria Influence*, em 1984. Segundo o autor, Prova Social é a tendência de enxergar comportamentos como sendo mais apropriados caso haja outras pessoas praticando eles. As pessoas tendem a acreditar que, ao agir de acordo com evidências sociais, cometerão menos erros” (Miguel, 2018, p. 24-25, grifos no original), ou seja, trata-se da tendência em copiar ações e comportamentos de outrem, de tomá-los como certos. No caso fílmico analisado, isso representou uma tendência à busca de aprovação ou mesmo de justificativa de atos de uma determinada pessoa ou de um grupo por se tratar de uma figura importante, atos esses que, por esses motivos descritos, passaram a ser tidos como certos por outras pessoas e, assim, foram seguidos por elas com base nesse aspecto. Com efeito, o fato de a Sra. Violet Gamart ser uma figura de destaque na elite da sociedade daquela cidade, sendo bastante influente, como também apontado no diálogo de Sr. Brundish com a Florence Green (Quadro 3), contribuiu para a aprovação coletiva de suas atitudes de rejeição à ideia desta, que resultaram nessa extensa cadeia de perseguição à mesma, e até mesmo para que fossem seguidas pelas várias pessoas, também influentes ou não, que assim o fazem, dispostas num amplo círculo de contato naquela cidade, como mostra a trama.

Nesse mesmo processo de acompanhamento da perseguição iniciada e propagada pela Sra. Violet Gamart, por várias pessoas da população de Hardborough, a esse viés acima descrito também está relacionada a ocorrência de outro viés influente sobre atitudes e decisões das pessoas, o **viés do efeito manada**, caracterizado por uma tendência parecida de se seguir as decisões ou opiniões de um grupo, como destacam Martins, Girão e Monte (2015, p. 4), citando outros autores da temática:

Conforme Bond (2005) um dos primeiros estudos a analisar esse efeito em humanos foi o de Asch (1951), com o objetivo de analisar como o julgamento particular do indivíduo pode ser influenciado pelo do grupo. Os resultados evidenciaram que um pouco mais de 50% das cobaias utilizadas optaram pela resposta errada dos atores contratados para estimular a manada (cobaias). Asch (1951) demonstrou que, para a natureza humana, é mais confortável corroborar um grupo de indivíduos do que demonstrar sua atitude, mesmo em situações em que há convicção da certeza.

No contexto fílmico aqui examinado, o **efeito manada** é refletido na decisão coletiva daquelas pessoas de seguir aquelas ideias de perseguição e participar das estratégias para obstaculizar a atitude empreendedora de Florence Green, fazê-la perder o imóvel e ainda fazê-la ir à falência total, não conseguindo sequer reaver recursos financeiros por meio de indenização. O Quadro 6, a seguir, apresenta uma síntese que relaciona algumas dessas pessoas, sua orientação de julgamento relacionada a esse processo em cadeia de perseguição e obstaculização das atitudes empreendedoras da Florence Green, com o qual foram coniventes em maior ou menor grau, bem como o ambiente ou fator relacionados a tal

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* comportamento/orientação e às dificuldades sofridas pela empreendedora. Assim, também demonstra a presença de elementos vinculados a dificuldades comuns a pretensos empreendedores, como as dificuldades financeiras e de obtenção de crédito, embora no caso cinematográfico analisado isso tenha ocorrido de forma intencional, como característica específica da trama, tendo sido intencionalmente imposto pelo gerente do banco por este integrar um processo de perseguição coletiva, mas que na realidade pode ocorrer tanto de forma intencional como de forma não intencional.

Quadro 6

Síntese dos principais agentes que acompanharam o processo de perseguição às atitudes empreendedoras de Florence Green em relação à orientação de julgamento e às principais dificuldades a ela impostas.

Ambiente ou fator relacionado	Orientação de comportamento/julgamento relacionada ao processo de dificultamento das atitudes empreendedoras	Agentes influenciados pelo viés da prova social e viés do efeito manada
Econômico-Financeiro	Imposição de dificuldades à obtenção de crédito para criar o negócio.	Gerente do banco, Sr. Keble
Econômico-Financeiro	Vedação de empatia ante o estado de dificuldade financeira para tocar o negócio e tentativa de convencimento de sua venda.	Gerente do banco, Sr. Keble
Comercial e Sociocultural	Sugestão de encomenda e venda do livro <i>Lolita</i> , romance considerado “indecente” e proibido em muitos países na década de 1950, para insuflar a população contra Florence Green, embora isso não resultou em impacto significativo para a mesma, somente numa aglomeração de curiosos em sua vitrine, atraídos pelo polêmico livro, e decorrentes reclamações de Violet Gamart por isso atrapalhar a passagem na calçada e nas ruas.	Sr. Milo North
Político-legal e Sociocultural	Denúncia sobre exploração de trabalho infantil para suprimir a mão de obra contratada como assistente, a garota Christine Gipping.	1-Realizador da denúncia: possivelmente ⁴ o Sr. Milo North, que havia ido à livraria observar a desenvoltura da ajudante Christine, influenciado pela Sra. Violet Gamar. 2-Inspetores/funcionário e funcionária do governo incumbidos de coibir a contratação ilegal de trabalho infantil, mas que só o faz em relação à livraria de Florence Green,

⁴ Ressalta-se que o enredo termina por deixar algumas lacunas quanto a informações como essa ao longo da trama (a explicitação de quem teria sido o autor da denúncia sobre exploração de trabalho infantil na livraria), deixando para o expectador a tarefa de buscar deduzir a partir dos demais elementos informacionais dados. A esse respeito, outras lacunas são apontadas na crítica de resenhistas acerca desse enredo, como na de Luiz Fernando Gallego (s.d.).

Ambiente ou fator relacionado	Orientação de comportamento/julgamento relacionada ao processo de dificultamento das atitudes empreendedoras	Agentes influenciados pelo viés da prova social e viés do efeito manada
		e não o faz em relação à livraria concorrente, descrita a seguir.
Econômico-Financeiro	Abertura de outra livraria para criação de concorrência, e contratação da ex-funcionária de Florence Green, Christine.	Lorde Gosfield, responsável pela abertura da livraria concorrente, aconselhado pelo General Bruno Gamart e sua esposa Violet Gamart.
Organizacional /Profissional	Articulação de contratação do falso assistente Sr. Milo North na livraria, intencionado a apoiar lá de dentro os planos da Sra. Violet Gamart.	Sr. Milo North, influenciado pela Sra. Violet Gamart
Ambiental/Infraestrutura	Forçação de inspeção no imóvel ocupado e fraude de informações sobre suas condições sanitárias para forçar sua desapropriação.	1-Então ajudante, Sr. Milo North, que facilitou a inspeção 2-Construtor John Gipping, pai de Christine, que fez a inspeção 3-Conselho de Flintmarket 4-Benfeitor responsável por garantir os fundos necessários ao despejo pelo Conselho de Flintmarket
Político-legal e Trabalhista	Fraude de informações sobre impacto das condições físicas do ambiente de trabalho na saúde e suposta incapacitação para o trabalho decorrente disso.	Então ajudante, Sr. Milo North
Político-legal	Mudança na legislação, no Parlamento londrino, sobre ocupação de prédios históricos, e retroatividade dessa lei para forçar a desapropriação do imóvel, a Old House.	Sobrinho político da Sra. Violet Gamart, integrante do Parlamento londrino
Econômico-Financeiro	Conivência com a imposição de dificuldades ao ressarcimento pela desapropriação do imóvel, para levar à falência.	1-Então contador de Florence Green 2-Então advogado de Florence Green

Fonte: Elaboração própria (2022).

Em meio às perseguições, no pequeno vilarejo, à empreendedora Florence Green, ela teve apenas duas amigas verdadeiras, que foram o Sr. Brundinsh, ao qual ela lamenta a sua morte motivada após discussão dele com Violet Gamart, e a garota Christine. Desse modo, esses dois personagens não foram influenciados pelo viés da prova social e viés do efeito manada e, portanto, não fizeram parte dos processos de perseguição à mesma. A garota Christine Gipping foi trabalhar na livraria concorrente contra a sua própria vontade, e no final do filme chega a atear fogo na Velha Casa, possivelmente por não concordar com o fato de Florence Green tê-la perdido para a elite de Hardborough e de ver o imóvel ficar nas mãos desses algozes da sua ex patroa e amiga.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi identificar e discutir heurísticas e vieses relacionadas ao contexto do empreendedorismo e das finanças comportamentais a partir do filme *A livraria*, buscando sua relação comportamental com os personagens e com o contexto atual.

Com a realização do presente estudo, foi possível identificar a existência de muitas influências no processo de julgamento e tomada de decisão presente no contexto fílmico analisado em relação às atitudes empreendedoras, como as várias heurísticas e vieses que foram apontados e discutidos, as emoções destacadas, bem como as preferências individuais. Viu-se que esses elementos norteiam as características comportamentais e afetam, ora positivamente (como no processo de escolha de nicho de mercado para empreender, pela protagonista, definindo-se a área de literatura e leitura), ora negativamente (como nos eventos em que lhe impediram de se orientar e de tomar decisões de maneira mais acertada) os resultados da decisão. Reforçam-se, assim, as discussões sobre a verificável utilização de uma capacidade de raciocínio limitada perante a necessidade de se decidir sobre questões complexas, a partir do caso base fundamentado pelo enredo cinematográfico analisado, corroborando, deste modo, as visões que apontam esse aspecto inerente ao tema abordado, bem como a ocorrência das heurísticas e a possibilidade de estas conduzirem a erros “sistemáticos”, não obstante a utilidade que possuem nos processos de decisão (Tversky e Kahneman, 1974, p. 1124).

A partir do presente estudo, corrobora-se, então, a influência de aspectos positivos (Vergara, 1991; Macedo *et. al.*, 2003) e também de aspectos negativos (Schnorrenberger *et. al.*, 2008; Bazerman e Moore, 2014) acerca de processos intuitivos, os quais, como visto, podem atuar contribuindo na economia de tempo e facilitação de escolhas, mas também implicando em perda da qualidade em algumas decisões. Tais resultados aqui apontados foram evidenciados tomando como base de análise obra artística cinematográfica que, mesmo retratando história fictícia, permite traçar paralelo com a realidade prática, uma vez que se configura como um “retrato” da mesma, permitindo, desta forma, enquadrar ações e decisões humanas que refletem a influência de heurísticas e vieses sobre as finanças comportamentais e o empreendedorismo.

Por fim, ressalta-se que além dos vieses que foram apontados enquanto influentes sob os julgamentos observados em sua maior ou menor relação com decisões empreendedoras e finanças comportamentais, outros vieses decorrentes das heurísticas, e relacionados a este

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria* campo, podem ser analisados a partir do filme em questão, seja nas atitudes da personagem principal, seja nas de outros personagens, como empreendido em algumas partes da discussão dos resultados, as quais demonstram inclusive a influência dos vieses também sobre orientações coletivas, para além das individuais. Por limitações de tempo e de espaço, assim como a possível não percepção pelos autores, essas outras possibilidades de vieses referidas ficam como sugestão de aprofundamento para possíveis outros trabalhos que possam tomar a mesma obra aqui abordada como base de análise.

REFERÊNCIAS

- A livraria (The bookshop). (2017). Produção e Direção: Isabel Coixet. Reino Unido, Espanha, Alemanha: Cineart Filmes. Baseado no livro homônimo de Penelope Fitzgerald. 1 DVD (106 min.).
- Andriotti, F. K.; Freitas, H. M. R.; Martens, C. D. P.; Boissin, J. (2013). A experiência e as emoções na tomada de decisão instantânea. In: Anais do 7º Congresso do Instituto Franco-brasileiro de Administração de Empresas Estratégias de Desenvolvimento Setorial.
- Baron, R. A.; Shane, S. A. (2007). Empreendedorismo: uma visão do processo. Trad.: All Tasks. São Paulo: Cengage Learning.
- Barros, M. J. F.; Miranda, E. M.; Rodriguez, V. B. C. (2017). O uso do filme de animação no ensino de administração. Monstros S.A. como estudo de caso exemplar. Revista Gestão e Planejamento, Salvador, v. 18, p. 160-181, jan./dez. <https://10.21714/2178-8030gep.v18.4178>
- Bazerman, M. H; Moore, D. A. (2014). Processo decisório. Trad.: Daniel Vieira. 8 ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Bessant, J.; Tidd, J. (2019). Inovação e empreendedorismo. Trad.: Francisco Araújo da Costa. 3 ed. Porto Alegre: Bookman.
- Gallego, L. F. (s.d.). A Livraria. Roteiro indigente e direção anódina. Disponível em: <<https://criticos.com.br/?p=10470>>. Acesso em: 12 de julho de 2022.
- Hümmelgen, B. (2016). Mudança metodológica na economia e a emergência da economia comportamental. Monografia de Graduação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Kahneman, D.; Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, v. 47, n. 2, pp. 263-291.
- Leitão, S. P. (1993). Capacidade decisória em decisões não-estruturadas: uma proposta. *Revista Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 27, n. 4, pp. 21-35.
- Leite, N R. P.; Leite, F. P.; Nishimurai, A. T.; Silva, M. A. B. da. (2021). Film Analysis in Management Research: Knowing Why and How to Use It. *Gestão & Regionalidade*, v.37, n. 112, p. 337-350. <https://doi.org/10.13037/gr.vol37n112.7666>
- Leite, N. P.; Amaral, I. G.; Freitas, A. D. G.; Alvarenga, M. A. (2012). Projetos educacionais e estudos observacionais em análise fílmica: qual o atual status de produção no Brasil? *Revista de Gestão e Projetos - GeP*, São Paulo, v. 3, n. 3, p 215 - 250. <https://doi.org/10.5585/gep.v3i3.114>
- Macedo, M. A. da S.; Oliveira, M. A.; Alyrio R. D.; Andrade, R. O. B. de. (2003). Heurísticas e Vieses de Decisão: a Racionalidade Limitada no Processo Decisório. Disponível em: http://www.each.usp.br/rvicente/0176_ArtigoIAMDecisao.pdf. Acesso em: 03 jul 2022.
- Martins, V. G.; Girão, L. F. de A. P.; Monte, P. A. do. (2015). A teoria dos prospectos e a heurística do efeito manada: um estudo quanto à atitude de indivíduos na decisão de investimentos em cenários de risco. *ReCont: Registro Contábil*, v. 6, n. 3, p.1-21.
- Miguel, L. M. de O. (2018). Economia comportamental e políticas públicas de redução de desigualdade de gênero. Monografia de Graduação, Universidade de Brasília, Brasília-DF.
- REGMPE, Brasil-BR, V.8, Nº1, p. 90-113, Jan./Abr.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 112

Heurísticas e vieses no empreendedorismo e finanças comportamentais à luz do filme *A livraria*

- Oliveira, A. M. B. de; Santos, J. F. dos. (2012). O uso do filme “A Fraude” para o ensino de Finanças Comportamentais em cursos de Administração. In: XV SemeAd Seminários em Administração.
- Oliveira, M. A. (2009). Heurísticas e Vieses de Decisão: Um Estudo com Participantes de uma Simulação Gerencial. Sociedade, Contabilidade e Gestão, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1. https://doi.org/10.21446/scg_ufrj.v4i1.13169
- Oliveira, J. N.; Montibeler, E. E. (2017). Finanças comportamentais: um estudo sobre a aversão a perda na tomada de decisão. Revista Eletrônica Estácio Papirus, v.4, n.2, p. 147-162.
- Saurin, V.; Prates, W. R.; Costa JR, N. C. A. da; Armada, M. J. da R. (2011). O relacionamento entre o viés do status quo e o perfil de risco em tomadas de decisões financeiras. Revista de Economia e Administração, v.10, n.3, 415-436p.
- Schnorrenberger, A.; Fensterseifer, J. E.; Machado, J. A. D; Oliveira, L. M.; Schmitz, M. J. (2008). Cenários, processo decisório e investimentos nas agroindústrias da cadeia produtiva do leite do Vale do Taquari, RS – Brasil. Custos e @gronegocio on line, v. 4, Edição Especial.
- Tversky, A.; Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: heuristics and biases. Science. 185 (4157), p. 1124-1131.
- Vergara, S. C. (1991). Razão e intuição na tomada de decisão: uma abordagem exploratória. Rev. Adm. Púb., Rio de Janeiro, v. 25, n. 3, p. 120-38.

Heuristics and biases in the entrepreneurship and behavioral finances in the movie *the bookstore*

ABSTRACT

The objective was to identify and discuss the influence of heuristics and biases inherent to entrepreneurship and behavioral finance in the film *The bookstore* in its relationship with the characters and the current context. A film analysis was carried out, examining scenes and facts contrasted with concepts boarded by the consulted bibliography. It was found that, due to limited rationality, the decisions observed are influenced by several cognitive biases, from the initial decisions of the entrepreneurial protagonist, based on individual experiences, emotions and feelings, to her later decisions and decisions of other influential characters in this context, corroborating similar views on the subject. Was see how some biases contribute positively, providing advantages, and others, negatively, potentiating risks in the process of ideation, creation and administration of the enterprise from the analyzed film case, being crucial in the decision-making attitudes and influencing the directions of the enterprise concomitantly with others factors.

Keywords: Heuristics and biases. Entrepreneurial decisions. Behavioral finance. Film *The Bookshop*. Film analysis.

Heurísticas y sesgos en el emprendimiento y las finanzas conductuales a la luz de la película *la librería*

RESUMEN

El objetivo fue identificar y discutir la influencia de heurísticas y sesgos inherentes al emprendimiento y las finanzas conductuales en la película *A Livraria* en su relación con los personajes y el contexto actual. Se realizó un análisis fílmico, examinando escenas y hechos contrastados con conceptos cotejados por la bibliografía consultada. Se verificó que, dada la limitada racionalidad, las decisiones observadas están influenciadas por varios sesgos cognitivos, desde las decisiones iniciales del protagonista emprendedor, basadas en experiencias, emociones y sentimientos individuales, hasta sus decisiones posteriores y las decisiones de otros personajes influyentes en la trama. , corroborando puntos de vista similares sobre el tema. Se vio cómo los sesgos contribuyen positivamente, brindando ventajas, y otros, negativamente, potenciando los riesgos en el proceso de ideación, creación y administración de una empresa a partir del caso fílmico analizado, siendo cruciales frente a las actitudes de toma de decisiones e influyendo en la dirección de la empresa concomitantemente con otros factores.

Palabras clave: Heurísticas y sesgos. Decisiones empresariales. Finanzas conductuales. Película *La librería*. Análisis cinematográfico.