

REDES SOCIAIS E ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA: A INFLUÊNCIA NO EMPREENDEDORISMO RELIGIOSO DAS IGREJAS EVANGÉLICAS TRADICIONAIS E NEOPENTECOSTAIS

Autora: Luciana Ribeiro Caldara Estece

Orientador: Prof. Dr. Victor Silva Corrêa

O Brasil passou por diversas transformações sociais, mas, durante séculos, a religião católica foi a única reconhecida no país. Porém, nos últimos anos esse cenário religioso começou a mudar. Essa transformação foi marcada por dois movimentos. O primeiro é o declínio da participação das filiações católicas. Dados estatísticos confirmam que a queda da religião católica vem ocorrendo ao longo dos últimos trinta anos. O segundo movimento é o crescimento de novas religiões com um destaque para as igrejas evangélicas. Diferentes motivos explicam esta mudança. O primeiro é o de liberdade religiosa, a sociedade escolhendo que fé professar. O segundo é o pluralismo religioso que possibilita o surgimento de novas denominações religiosas. Nesse contexto pluralista, as igrejas, para sobreviver e crescer, são compelidas a concorrer e disputar o mercado religioso. Em meio a tanta concorrência, a lógica de mercado passa a orientar os grupos religiosos, que adotam um modelo de organização e gestão de molde empresarial. Apesar da importância histórica e atual da relação entre empreendedorismo e religião, ainda há poucos estudos sobre o assunto. Desta forma, o tema que me proponho a investigar é esse tipo particular de fenômeno empreendedor, o empreendedorismo religioso. Trata-se de um estudo de caso múltiplos, utilizando o método de pesquisa qualitativa de natureza descritiva, empregando como métodos de coleta de dados a análise documental, entrevistas semiestruturadas em profundidade e observação não participante. Espera-se que os resultados obtidos tragam contribuições empíricas e teóricas para a Academia.