

EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA INTERNACIONAL SOBRE EMPREENDEDORISMO E RELIGIÃO

EVANGELINA DA SILVA SOUSA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

ALEXANDRE RODRIGUES SANTOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ (UFPI)

LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

RAIMUNDO EDUARDO SILVEIRA FONTENELE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelo incentivo e apoio à pesquisa.

EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA INTERNACIONAL SOBRE EMPREENDEDORISMO E RELIGIÃO

1. Introdução

As investigações interdisciplinares envolvendo empreendedorismo têm se difundido à medida que se busca o reconhecimento acadêmico da complexidade motivacional para se desenvolver o comportamento empreendedor (Smith, Conger, McMullen, & Neubert, 2019). A experiência do empreendedorismo é orientada por valores (Morris & Schindehutte 2005), em que os empreendedores integram o seu conceito de *self* em suas atividades empreendedoras, impulsionados, especialmente, por seus valores internos advindos da religião (Balog, Baker, & Walker, 2014; Smith et al., 2019).

A interseção entre empreendedorismo e religião advém da obra “A ética protestante e o espírito do capitalismo”, em que Max Weber declara que a ética protestante contribuiu para o surgimento do espírito do capitalismo, como fenômeno que instituiu o modo de produção contemporâneo (Weber, 2013). Essa constatação fundamentou-se no cenário econômico e social, haja vista que o capitalismo se estabeleceu nas regiões onde os protestantes ascéticos eram maioria, e que a ética religiosa e a conduta moral desses indivíduos determinavam sua salvação e os encorajavam a desenvolver atividades empreendedoras.

Embora a religião seja um dos tópicos mais difundidos e centrais em qualquer sociedade, a relativa negligência pelas investigações que a associem ao empreendedorismo acarreta na compreensão insuficiente do comportamento empreendedor (Smith et al., 2019), posto que as pesquisas que integram essas temáticas são consideradas, muitas vezes, dispersas e inconsistentes (Dougherty, Griebel, Neubert, & Park, 2013), embora as pesquisas sobre gestão em relação à religião tenham ampliado, sobretudo a partir da década de 1990 (Gundolf & Filser, 2013).

Entretanto, a interface entre o empreendedorismo e a religião propicia uma compreensão de como a consciência de um empreendedor, no tocante a seus valores e crenças pessoais, pode influenciar nas suas atividades de negócios e no processo empreendedor, como o reconhecimento de oportunidades, a criação de novos empreendimentos, a operacionalização das atividades e o crescimento dos negócios (Balog et al., 2014).

Considerando as pesquisas interdisciplinares envolvendo empreendedorismo e religião, a relevância e a amplitude do campo são reconhecidas por meio da diversidade de pesquisas científicas publicadas em canais de comunicação, como periódicos e eventos especializados (Borges, Enoque, Borges, & Almeida, 2014), que evidenciam tendências e influências em determinada área do conhecimento (Liñán & Fayolle, 2015). Tais publicações podem ser úteis para a avaliação da ciência por meio de estudos bibliométricos que caracterizam a produção científica nos contextos nacional e internacional (Menezes & Caregnato, 2018).

A análise de redes bibliométricas utiliza medidas de relacionamento que evidenciam as relações entre unidades bibliométricas (artigos, autores, palavras-chave e periódicos) e proporcionam mapas de visualização (Klavans & Boyack, 2006) que equivalem a uma representação da estrutura e da interconexão de elementos de determinada área do conhecimento (Morris & Veer Martens, 2008).

Diante do exposto, entende-se que é necessário entender as bases que compõem as pesquisas sobre empreendedorismo e religião, com a finalidade de identificar lacunas e possibilidades de evolução desta área de conhecimento. Isto posto, apresenta-se a seguinte questão de pesquisa: como se caracteriza a produção científica internacional sobre empreendedorismo e religião? Para responder tal questionamento, delineou-se como objetivo, portanto, mapear a produção científica sobre empreendedorismo e religião em periódicos disponibilizados na base de dados *Scopus*.

Após esta introdução, o artigo avança com a apresentação do suporte teórico sobre empreendedorismo e religião, além de retratar discussões sobre as redes bibliométricas. Em seguida, tem-se o método da pesquisa e, logo após, a discussão dos resultados. Por fim, apresentam-se as considerações finais da pesquisa, compreendendo contribuições e reflexões para pesquisas futuras.

2. Empreendedorismo e Religião

A atividade empreendedora é influenciada por fatores culturais e institucionais, dentre eles pode-se destacar a religião (Henley, 2016), a qual afeta características individuais, como a ética do trabalho, a honestidade, a economia, a caridade e a confiança; e com a valorização desses atributos, a religiosidade estimularia o investimento e o crescimento econômico (McCleary & Barro, 2006).

A religião estimula o indivíduo a detectar sinais de oportunidades de negócios, em razão da possibilidade de integrar a fé e o empreendedorismo. Além disso, na medida em que a integração ocorre, os indivíduos que têm conhecimento prévio na forma de conhecimento religioso e motivação baseada no desenvolvimento religioso, saliência de identidade religiosa e chamado pessoal estão predispostos a alcançarem resultados para si e para os demais, como ganhos financeiros, serviço pró-social, partilha da religião e honra a Deus (Smith et al., 2019).

Drakopoulou Dodd e Seaman (1998) dedicaram-se ao estudo de três tipos de interação entre religião e empreendedorismo, buscando compreender tal relação. O primeiro tipo, que envolve sociedade, religião e empreendedorismo, considera que a religião forma sistemas de significados a nível social afetando o nível e a natureza do empreendedorismo em uma sociedade, de modo que se mostra favorável à atividade econômica, à criação e ao crescimento de novas empresas, contribuindo positivamente para o empreendedorismo (Carswell & Rolland, 2004, 2007; Drakopoulou Dodd & Seaman, 1998).

O segundo tipo, que compreende fé individual, religião e empreendedorismo, concebe que a religião exerce um domínio sobre a fé do indivíduo e a sua prática suscita efeitos sobre as convicções do empreendedor, utilizando redes pessoais e profissionais dentro de sua religião (Drakopoulou Dodd, & Seaman, 1998). Ademais, Griebel, Park e Neubert (2014) apontam que estudos mais recentes postulam que o empreendedorismo é fomentado por valores pessoais internos, como a fé.

A terceira interação entre teoria, religião e empreendedorismo busca, por sua vez, identificar qual teoria, no campo do empreendedorismo, a religião procura se aproximar, posto que costuma ser analisada sob a ótica Weberiana (Carswell & Rolland, 2007; Drakopoulou Dodd & Seaman, 1998), devido à ligação entre a ética protestante e o crescimento econômico, que favoreceu o ciclo de poupança-investimento, posto que valorizava a economia e o trabalho árduo (Deneulin & Rakodi, 2011).

As religiões valorizam o empreendedorismo em diferentes graus, produzindo distintos padrões e até inibindo o espírito empreendedor, desencorajando a acumulação de riqueza ou impondo sanções para aqueles que buscam ser empreendedores (Audretsch, Bönte, & Tamvada, 2013; Dana, 2009). Mittelstaedt (2016) acrescenta que a religião e as instituições religiosas podem determinar o comportamento de troca por meio de proibições de mercado ou encorajamento de seus seguidores a se engajarem em certo comportamento. Indivíduos de diferentes afiliações religiosas têm propensões distintas para se tornarem empreendedores (Dana, 2009).

Apresenta-se, a seguir, a análise de redes bibliométricas, um dos focos desta pesquisa para investigar a produção científica internacional sobre empreendedorismo e religião.

3. Redes Bibliométricas

No campo das Ciências Sociais Aplicadas, os estudos bibliométricos objetivam, principalmente, investigar a produção de artigos científicos em um campo do conhecimento específico, por meio do mapeamento de comunidades acadêmicas, da identificação e da caracterização de redes de pesquisadores (Chueke & Amatucci, 2015).

No Brasil, os indicadores bibliométricos mais utilizados são os que apuram o volume de publicações, periódicos, quantidade de autores, de instituições e de citações (Soares, Picolli, & Casagrande, 2018). Ademais, esta pesquisa apresenta outros indicadores bibliométricos, como: acoplamento bibliográfico, coautorias, cocitações e coocorrência de palavras-chave. Tais indicadores propiciam a concepção de redes sociais de pesquisa, que utilizam de ações estruturadas para gerar novos conhecimentos e informações quantitativas (Capobianco, Silveira, Zerbato, & Mendes, 2011).

A análise de coautoria em artigos científicos deriva da aspiração de pesquisadores em aumentar sua produtividade científica em termos qualitativos e quantitativos (Acedo, Barroso, Casanueva, & Galán, 2006), uma vez que evidencia a colaboração entre dois ou mais autores, gerando redes de coautorias que revelam as características da comunidade acadêmica e a estrutura do conhecimento, resultando em um aumento da produção científica (Silva, Durante, & Biscoli, 2017).

A análise de citações permite a identificação e a caracterização de padrões na formação do conhecimento, sendo possível criar índices de citação ao volume de trabalhos citados e identificar autores com publicações relevantes (Araújo, 2006). A análise de cocitação consiste em identificar a frequência na qual dois artigos da literatura prévia são citados juntos pela literatura posterior (Silva, & Crubeelate, 2016), sendo uma relação constituída por autores citantes, alterando-se em consonância com os padrões intelectuais do campo científico no decorrer do tempo (Small, 1973).

Por sua vez, o agrupamento de publicações em unidades de acoplamento bibliográficas investiga se dois artigos utilizam bibliografias semelhantes e a existência de uma relação implícita entre tais artigos, de modo a evidenciar aproximação teórica e/ou metodológica (Kessler, 1965). Outro indicador utilizado é a coocorrência de palavras-chave, que evidencia interações entre as palavras-chave de um artigo científico mediante mensuração da força dos *links* de coocorrência de palavras-chave (Su & Lee, 2010), de modo a revelar tendências de pesquisa (Ding, Chowdhury, & Foo, 2001).

4. Método da Pesquisa

Para investigar a evolução da produção científica internacional sobre religião e empreendedorismo, realizou-se uma pesquisa de natureza descritiva e exploratória, com abordagem quantitativa e do tipo bibliométrica (Cronin, Shaw, & La Barre, 2003; Wallin, 2005), mediante a utilização de indicadores de atividade acadêmica, a exemplo do acoplamento bibliográfico, da análise de coautoria, das cocitações de artigos e da coocorrência de palavras (Jarneving, 2007).

O processo de pesquisa envolveu cinco fases sequenciais: a primeira etapa compreendeu a escolha da base de dados (*Scopus*) e do *software* bibliométrico (*VosViewer*, versão 1.6.9). A etapa seguinte envolveu a constituição da amostra da pesquisa, em que se utilizou como critério para busca dos documentos, os termos: “*relig* and entrepren**”, “*entrepren* and relig**” e “*entrepren* relig**” nos campos: título, resumo ou palavras-chave, selecionando apenas a categoria artigos (*articles*), sem restrição temporal, considerando todos os registros da base até a data de realização da extração (30/12/2018), obtendo-se o quantitativo de 27 documentos. Porém, verificou-se que 2 documentos estavam em duplicidade, devido à utilização de 3 termos

distintos e, conseqüentemente, três coletas na base de dados, e eles foram excluídos, resultando em uma amostra final de 23 documentos publicados em diversas áreas do conhecimento.

A terceira etapa abrangeu a coleta de dados na base por meio da compilação de informações que foram exportadas (em formato *.csv) para, posteriormente, efetuar o tratamento e a análise. Na quarta etapa, obteve-se auxílio do *software* Excel para tabulação de dados descritivos acerca da amostra dos artigos coletados, tais como evolução das pesquisas sobre a temática, autores, filiação (universidade de origem) e região demográfica. Na última etapa, os dados foram analisados e mapeados por meio da investigação de redes de coautoria, de cocitação, de acoplamento bibliográfico e de coocorrência de palavras-chave, com o auxílio do *software* VOSViewer. Identificou-se, ainda, o volume de publicações de autores, periódicos e instituições, temas de determinada área e os artigos de maior impacto em função do número de citações.

5. Resultados e Discussão

Os 23 artigos da amostra estão distribuídos em 21 *journals*, com a participação de 40 autores e coautores associados a 38 instituições de 14 países. Apresenta-se na Figura 1 a evolução temporal das publicações sobre o tema. A produção científica sobre religião e empreendedorismo, indexada na base *Scopus*, iniciou em 1994 com a publicação do artigo intitulado “*Israeli immigrants in the United States: the question of community*”, de autoria Steve Gold publicado no *Journal Qualitative Sociology*, o qual abordou a adaptação imigrante de israelenses nos EUA envolvendo atividades comunitárias que fomentem o empreendedorismo, a religião, a cultura, a política e o lazer.

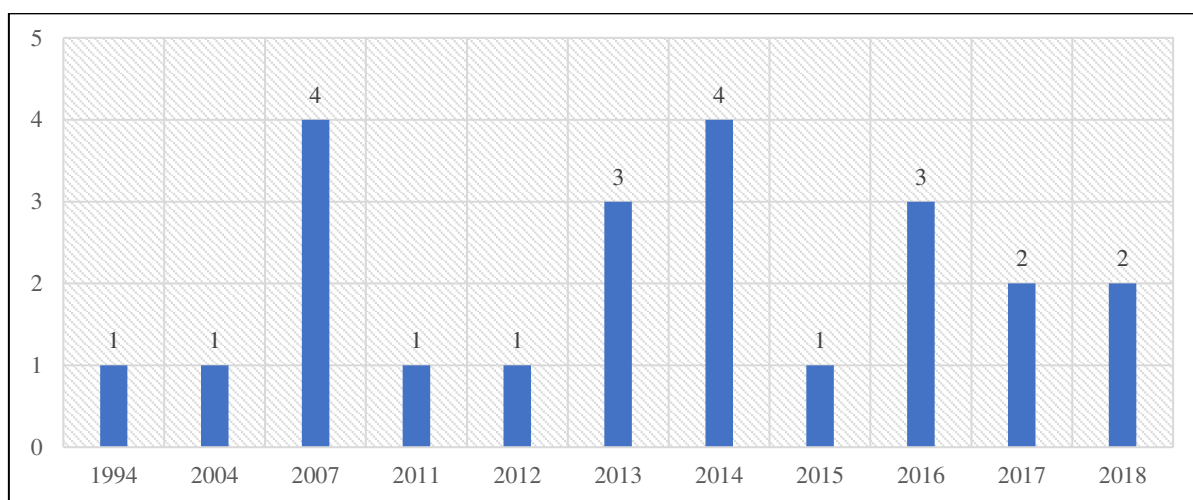


Figura 1. Evolução temporal das publicações sobre religião e empreendedorismo

Fonte: Dados da pesquisa.

Por meio da Figura 1, verificou-se que um lapso temporal de 10 anos para a segunda publicação que ocorreu em 2004, e pelo volume de publicações infere-se que a produção científica sobre o tema teve um intervalo muito longo até a publicação de outro artigo nessa área do conhecimento. Ademais, os últimos seis anos (2013-2018) concentrou 65% das publicações (15 artigos), de todo o período analisado. Os dados apresentados reforçam a perspectiva de Gundolf e Filser (2013), ao considerarem que as publicações sobre a interface entre religião e administração aumentaram, sobretudo, a partir da década de 90, o que pode ser justificado pelo retorno ou intensificação de grupos religiosos ou da realização de pesquisas alternativas sobre espiritualidade individual; assim como a de Henley (2016), ao declarar que as contribuições apresentadas pelos *journals* são insuficientes, provavelmente, pelas

dificuldades encontradas pelos pesquisadores ao buscarem fundamentar abordagens teóricas sobre o empreendedorismo e a religião.

5.1 Autores e instituições

Dos 40 autores que compõem a amostra analisada, cerca de 13% (cinco autores) publicaram dois artigos, enquanto 87% (35 autores) publicaram apenas um artigo. A Tabela 1 apresenta os vinte autores mais importantes, considerando o volume de publicações e o de citações. Percebe-se que são poucos os autores prolíficos na amostra investigada e são numerosos os autores com poucas publicações (com somente 1, por exemplo).

Tabela 1 - Autores com maior volume de publicações

N	Autor	Instituição	País	Documentos Publicados
1	Carswell, Peter J.	University of Auckland	Nova Zelândia	2
2	Griebel Rogers, Jenna	Baylor University	EUA	2
3	Neubert, Mitchell J.	Baylor University	EUA	2
4	Park, Jerry Z.	Baylor University	EUA	2
5	Rolland, Deborah	UNITEC Institute of Technology	Nova Zelândia	2
6	Avnimelech, Gil	Ono Academic College,	Israel	1
7	Sharabi, Eyal	Ono Academic College,	Israel	1
8	Zelekha, Yaron	Ono Academic College	Israel	1
9	Gold, Steven J.	Michigan State University	EUA	1
10	Gbadamosi, Ayantunji	University of East London	Reino Unido	1
11	Nwankwo, Sonny A.	University of East London	Reino Unido	1
12	Galbraith, Craig S.	The University of North Carolina Wilmington	EUA	1
13	Galbraith, Devon M.	The University of North Carolina Wilmington	EUA	1
14	Gümüşay, Ali Aslan	Universität Hamburg	Alemanha	1
15	Krige, D.	Universiteit van Pretoria	África do Sul	1
16	Dougherty, Kevin.D.	Baylor University	EUA	1
17	Roessingh, Carel	Vrije Universiteit Amsterdam, Faculty of Social Sciences,	Holanda	1
18	Lanz, Stephan	Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)	Alemanha	1
19	Oosterbaan, Martijn	Utrecht University	Holanda	1
20	Hoogendoorn, Brigitte	Erasmus School of Economics	Holanda	1

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 1, verificou-se que são cinco os autores com maior volume de publicações (dois artigos): *Peter J. Carswell* da *University of Auckland* (Nova Zelândia), *Jenna*

Griebel Rogers; Mitchell J. Neubert; Jerry Z. Park, ambos vinculados à instituição norte-americana *Baylor University* e *Deborah Rolland*, associada à *UNITEC Institute of Technology*, também da Nova Zelândia, e que os Estados Unidos são o país com maior volume de autores publicando nessa área do conhecimento científico.

5.2 Principais periódicos

Os 23 documentos que integram a amostra estão dispostos em 21 fontes de publicação, conforme Tabela 2. Dois *journals* concentram 17% das publicações (quatro artigos) que compõem a amostra: *International Journal of Business and Globalisation* e *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*.

Ao considerar a área de concentração, verificou-se que 47% dos artigos foram publicados em nove fontes de publicação da área de Negócios, Gestão e Contabilidade: *International Journal of Business and Globalisation*, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *International Journal of Hospitality Management*, *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, *Journal of Business Ethics*, *Journal of Evolutionary Economics*, *Journal of Small Business and Enterprise Development* e *Small Business Economics*. Desse modo, infere-se que há interesse dos pesquisadores da área de Negócios, Gestão e Contabilidade em desenvolver pesquisas que associem as temáticas envolvendo empreendedorismo e religião.

Tabela 2 - Principais fontes de publicações

Fontes de publicação	Qtde. de artigos
International Journal of Business and Globalisation	2
Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy	2
Africa	1
Archives de Sciences Sociales des Religions	1
International Journal of Entrepreneurship and Small Business	1
International Journal of Hospitality Management	1
International Journal of Urban and Regional Research	1
International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship	1
Journal for the Scientific Study of Religion	1
Journal of Business Ethics	1
Journal of Evolutionary Economics	1
Journal of Small Business and Enterprise Development	1
Korea Observer	1
Mediterranee	1
Middle East Journal of Scientific Research	1
North Korean Review	1
Qualitative Sociology	1
Religions	1
Sex Roles	1
Small Business Economics	1
World Applied Sciences Journal	1

Fonte: Dados da pesquisa.

5.3 Obras de maior impacto

Foram elencadas, na Tabela 3, as publicações mais influentes sobre a temática empreendedorismo e religião, considerando o volume de citações recebidas por outros artigos publicados em *journals* indexados na base *Scopus*. Utilizou-se como critério de corte, o número mínimo de duas citações no período analisado, resultando em 17 documentos.

Tabela 3 - Obras de maior impacto

N	Autor(es) e Ano	Título	Fonte	Qtde. de citações
1	Carswell, P., Rolland, D. (2004)	The role of religion in entrepreneurship participation and perception	International Journal of Entrepreneurship and Small Business	27
2	Carswell, P., Rolland, D. (2007)	Religion and entrepreneurship in New Zealand	Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy	24
3	Zelekha, Y., Avnimelech, G., Sharabi, E. (2014)	Religious institutions and entrepreneurship	Small Business Economics	19
4	Gold, S. (1994)	Israeli immigrants in the United States: the question of community	Qualitative Sociology	15
5	Galbraith, C.S., Galbraith, D.M. (2007)	An empirical note on entrepreneurial activity, intrinsic religiosity and economic growth	Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy	14
6	Gümüşay, A. A. (2015)	Entrepreneurship from an Islamic Perspective	Journal of Business Ethics	14
7	Nwankwo, S., Gbadamosi, A. (2013)	Faith and entrepreneurship among the British African Caribbean: intersections between religious and entrepreneurial values	Journal of Small Business and Enterprise Development	14
8	Krige, D. (2012)	Fields of dreams, fields of schemes: ponzi finance and multi-level marketing in South Africa	Africa	13
9	Dougherty, K.D., Griebel, J., Neubert, M.J., Park, J.Z. (2013)	A religious profile of American entrepreneurs	Journal for the Scientific Study of Religion	8
10	Roessingh, C. (2007)	Mennonite communities in Belize	International Journal of Business and Globalisation	7
11	Lanz, S., Oosterbaan, M. (2016)	Entrepreneurial Religion in the Age of Neoliberal Urbanism	International Journal of Urban and Regional Research	6
12	Hoogendoorn, B., Rietveld, C.A., van Stel, A. (2016)	Belonging, believing, bonding, and behaving: the relationship between religion and business ownership at the country level	Journal of Evolutionary Economics	5
13	Griebel, J.M., Park, J.Z., Neubert, M. J. (2014)	Faith and work: an exploratory study of religious entrepreneurs	Religions	5
14	Salwa, A.B.U., Shahbudin, A.S., Jusoff, K. (2013)	Religion and business values for muslimpreneurs	Middle East Journal of Scientific Research	4
15	Henley, A. (2016)	Does religion influence entrepreneurial behaviour?	International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship	3
16	Choi, H. (2007)	Magnetic Koreatown: location and growth in transition	Korea Observer	2
17	Gursoy, D., Altinay, L., Kenebayeva, A. (2017)	Religiosity and entrepreneurship behaviours	International Journal of Hospitality Management	2
Total de citações				182

Fonte: Dados da pesquisa.

O artigo “*The role of religion in entrepreneurship participation and perception*” cujos autores são *Peter Carswell* e *Deborah Rolland* (2004) é considerado o trabalho com maior impacto devido à quantidade de citações recebidas (27). Com 24 citações, tem-se o artigo “*Religion and entrepreneurship in New Zealand*”, também de autoria de *Peter Carswell*, e *Deborah Rolland* (2007). O terceiro artigo mais citado é o de autoria de *Zelekha, Y., Avnimelech, G., Sharabi, E.* (2014) intitulado “*Religious institutions and entrepreneurship*” que recebeu 19 citações. Em seguida, tem-se o artigo de *Steven Gold* (1994), “*Israeli immigrants in the United States: the question of community*”, com 15 citações. Três publicações receberam 14 citações: “*An empirical note on entrepreneurial activity, intrinsic religiosity and economic growth*” de *Craig Galbraith* e *Devon Galbraith* (2007), “*Entrepreneurship from an Islamic Perspective*” de *Ali Aslan Gümüşay* (2015) e “*Faith and entrepreneurship among the British African Caribbean: intersections between religious and entrepreneurial values*” de *Sonny Nwankwo* e *Ayantunji Gbadamosi* (2013).

Dos sete artigos de maior impacto, os autores *Peter Carswell* e *Deborah Rolland* estão presentes como autores em dois deles, ratificando sua importância para as pesquisas sobre empreendedorismo e religião.

5.4 Redes de coautoria

Foram mapearam-se as redes de coautoria, considerando autores com pelo menos um artigo na amostra e três citações a suas obras. Com este filtro, foi gerada uma rede com quatro autores dispostos em dois clusters, conforme vê-se pela Figura 2. O tamanho dos círculos denota o volume de publicações de cada autor na amostra, com evidência para *Jenna Griebel Rogers*, *Mitchell J. Neubert* e *Jerry Z. Park*.

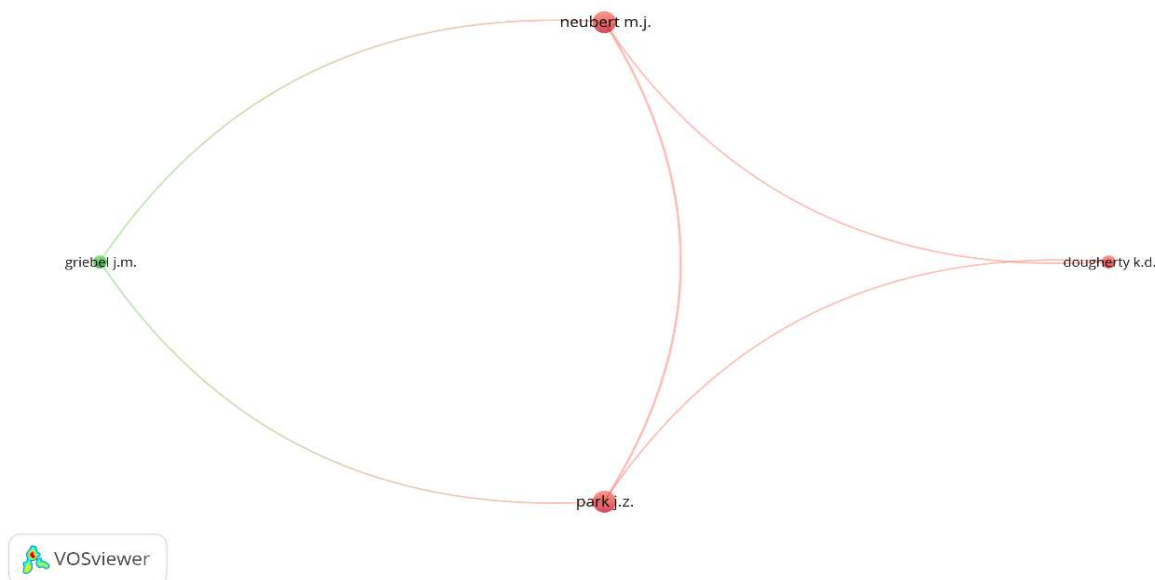


Figura 2. Redes de coautoria

Fonte: Dados da pesquisa.

O primeiro *cluster* (cor vermelha), formado por três autores, centraliza-se em *Mitchell J. Neubert* e *Jerry Z. Park*, e ainda tem como terceiro participante: *Kevin D. Dougherty*. Já o segundo *cluster* (cor verde) é constituído apenas por um pesquisador: *Jenna Griebel Rogers*.

Em relação à de composição das coautorias, e considerando a quantidade de autores, identificou-se que 60% dos artigos foram produzidos por meio de associação entre os autores: dois autores (sete artigos), três autores (seis artigos) e quatro autores (um artigo). Entretanto, nove artigos são de autoria individual, representando 40% da amostra.

5.5 Redes de cocitação

A Figura 3 retrata a rede de cocitações entre os pesquisadores, considerando como parâmetro de corte o número de oito citações por autor, gerando uma rede de 14 autores distribuídos em dois *clusters*.

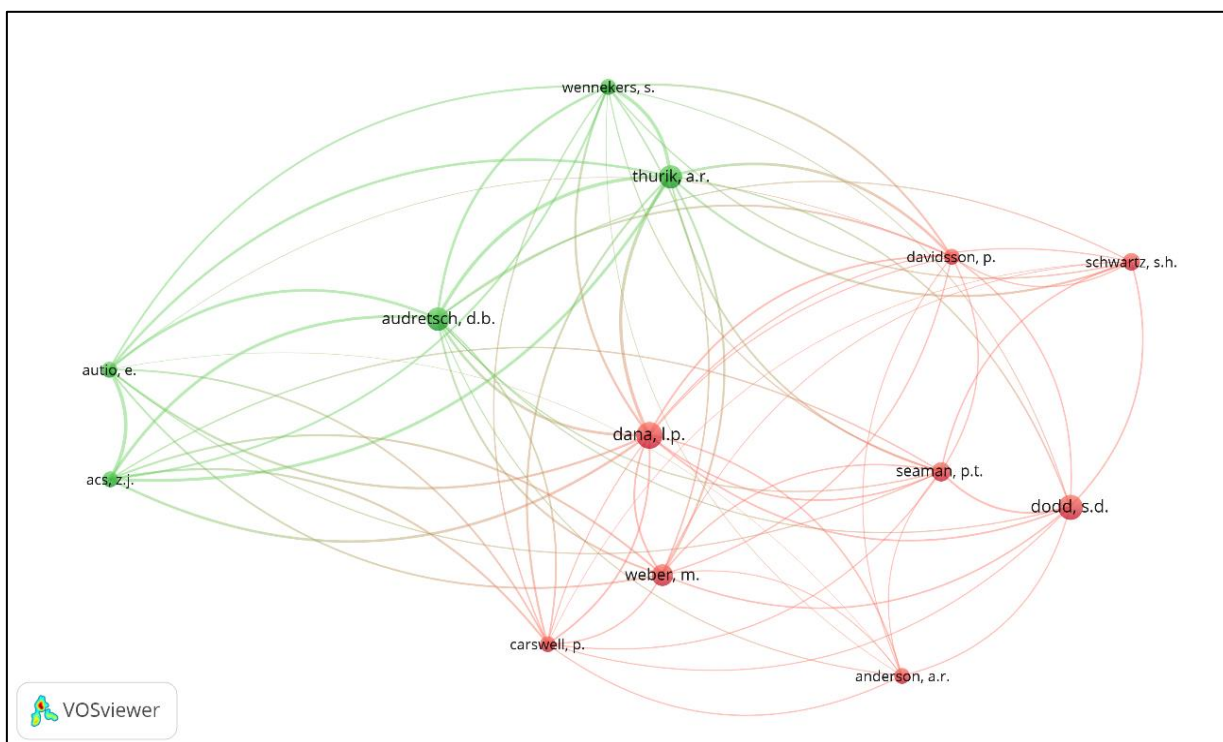


Figura 3. Redes de cocitação

Fonte: Dados da pesquisa.

O primeiro *cluster* (cor vermelha) é formado por oito autores, sendo os mais relevantes, nesta ordem: *Leo P. Dana, Sara D. Dood, Max Weber, Paul T. Seaman, Shalom H. Schwartz, Peter Carswell, Alistair R. Anderson e Per Davidsson*. As pesquisas desses autores investigam a influência da religião, das crenças religiosas ou da religiosidade na atividade empreendedora. Já o segundo *cluster* (cor verde) concentrou cinco autores, destacando-se como mais citados, nesta ordem: *David B. Audretsch, Roy Thurik, Sander Wennkers, Erkkio Autio e Zoltan J. Acs*, os quais investigam o papel da atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico.

5.6 Redes de acoplamento bibliográfico

Participaram da rede de acoplamento bibliográfico, autores com pelo menos um documento indexado na base de dados e cinco citações, gerando uma rede de dezessete autores, agrupados em cinco *clusters* (Figura 4). Cada pesquisador participante de um *cluster* inclina-se a citar os mesmos autores que os demais integrantes do mesmo *cluster*.

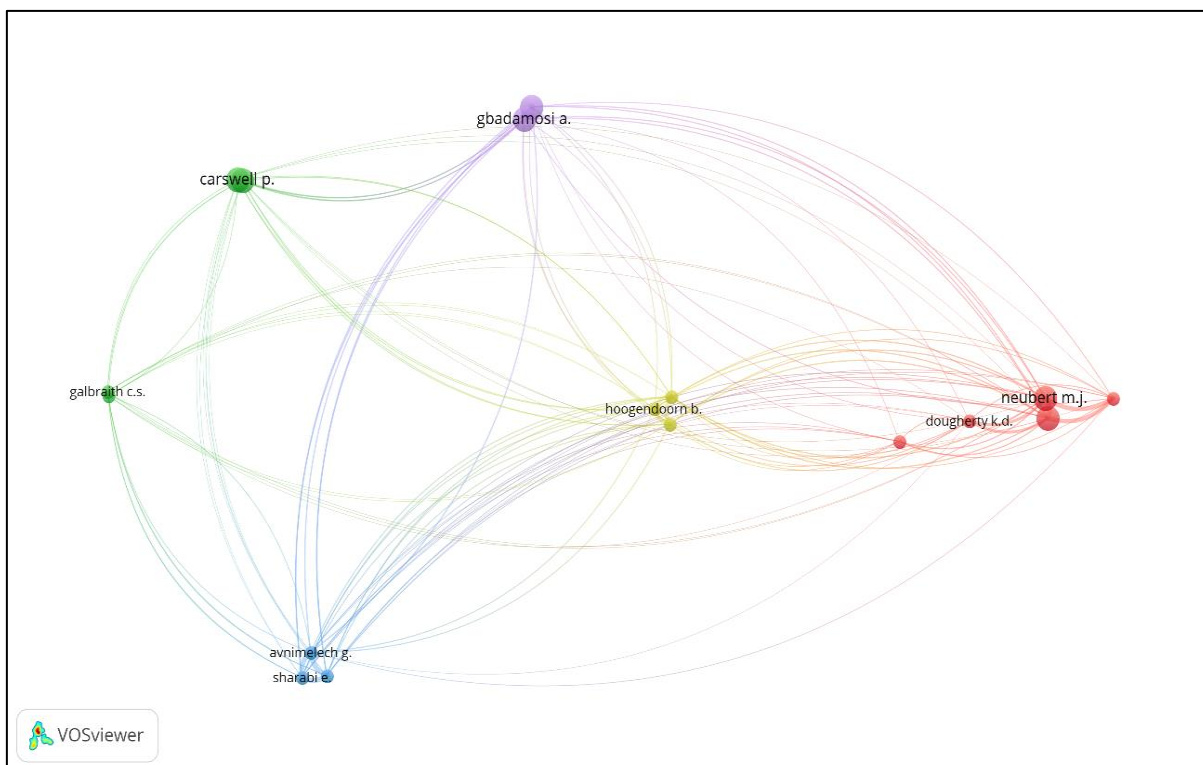


Figura 4. Redes de acoplamento bibliográfico

Fonte: Dados da pesquisa.

O primeiro *cluster* (cor vermelha) reuniu cinco pesquisadores, apresentando com dois documentos os pesquisadores: *Mitchell J. Neubert* e *Jerry Z. Park* da *Baylor University* (EUA); em seguida, com um documento, destacam-se os autores: *Jenna M. Griebel* e *Kevin D. Dougherty* da *Baylor University* (EUA) e *Ali Aslan Gümüsai*, da instituição alemã *Universität Hamburg*.

O segundo *cluster* (cor verde) agrupou quatro autores. Dois destes encontram-se vinculados às instituições da Nova Zelândia e têm dois documentos no *cluster*: *Peter J. Carswell* (*University of Auckland*) e *Deborah Rolland* (*Unitec - Institute of Technology*). Em seguida, com um documento, pode-se destacar os autores: *Craig S. Galbraith* e *Devon M. Galbraith*, ambos da *The University of North Carolina Wilmington* (EUA).

O terceiro *cluster* (cor azul) reuniu três autores: *Gil Avnimelech*, *Eyal Sharabi* e *Yaron Zelekha*, ambos com um documento e associados à instituição *Ono Academic College* (Israel). O quarto *cluster* (cor amarela) reuniu três autores: *Brigitte Hoogendoorn* e *Cornelius A. Rietveld* da *Utrecht University* (Holanda), e *André J. Van Stel*, vinculado ao *Trinity College Dublin* (Irlanda), todos com único documento. O último *cluster* 5 (lilás) reuniu *Ayantunji Gbadamosi* e *Sonny A. Nwankwo*, ambos associados à *University of East London* (Reino Unido).

5.7 Redes de coocorrência de palavras-chave

Para identificar o conjunto de palavras-chave sobre religião e empreendedorismo, estipulou-se como critério mínimo de ocorrências pelo menos duas palavras-chave, sendo constatados 18 termos – segmentados em três *clusters*, conforme retratado pela Figura 5 – que possibilita indicar as possíveis temáticas abordadas pelos artigos da amostra.

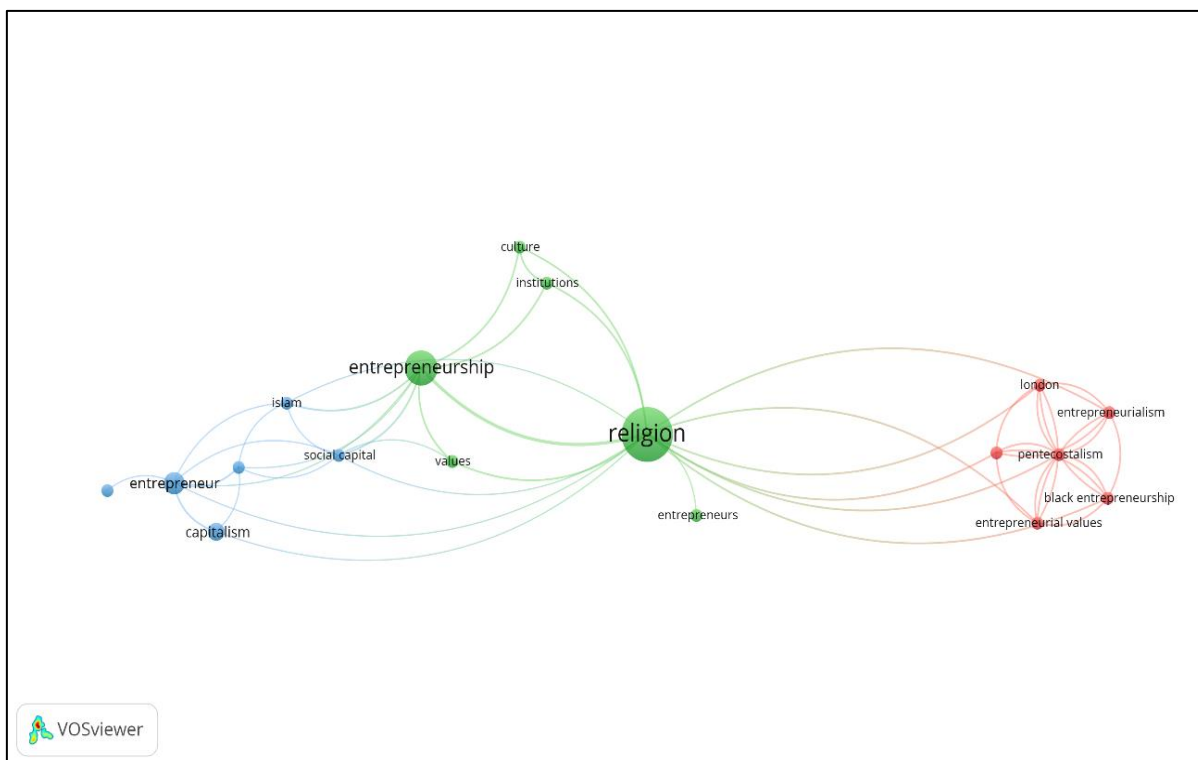


Figura 5. Redes de coocorrência de palavras-chave

Fonte: Dados da pesquisa.

No primeiro *cluster* (cor vermelha), as palavras-chave mais recorrentes foram: *black entrepreneurship*, *entrepreneurial values* e *entrepreneurialism*; enquanto as menos recorrentes foram: *pentecostalism*, *London* e *United Kingdom*, e isto permite sugerir o desenvolvimento de pesquisas alinhadas aos temas: empreendedorismo étnico, valores empreendedores e protestantismo pentecostal envolvendo países europeus.

O segundo *cluster* (cor verde) é formado por seis palavras-chave, sendo as mais recorrentes, nesta ordem: *religions* e *entrepreneurship*; e as menos recorrentes: *institutions*, *culture*, *values* e *entrepreneurs*. Destarte, novas pesquisas podem ser formadas a partir da relação entre instituições, cultura, valores – a fim de contribuir para o desenvolvimento de temas relacionados ao empreendedorismo e à religião, o que impacta diretamente na construção desse campo do conhecimento.

As palavras mais evidentes no terceiro *cluster* (cor azul) foram: *social capital*, *entrepreneur* e *empowerment*; por outro lado, as menos evidentes foram: *islam*, *capitalism* e *business*. Infere-se, portanto, que pesquisas sobre o papel da religião no empreendedorismo foram delineadas por meio da investigação do empreendedorismo sob a perspectiva islâmica.

As redes de ocorrência das palavras-chave sublinham as principais questões recentes de pesquisa sobre gestão e religião. Esses resultados salientam as temáticas recentes de pesquisa sobre religião e empreendedorismo e estimulam reflexões acerca de futuras pesquisas sobre empreendedorismo em relação à religião, retratando a sociedade e as perspectivas individuais e organizacionais, conforme apontado por Gundolf e Filser (2013).

Os dados apresentados, com este mapeamento bibliométrico, indicaram que as publicações científicas que investigam a interface entre a religião e o empreendedorismo tiveram mais incidência a partir da década de 1990. As pesquisas desenvolvidas pelos autores investigam a influência da religião, das crenças religiosas ou da religiosidade na atividade empreendedora, bem como o papel da atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico.

As linhas de pesquisas envolvendo a interface entre o empreendedorismo e a religião alinham, principalmente, as seguintes temáticas: empreendedorismo étnico, valores empreendedores, religião, bem como a relação entre instituições, cultura e valores.

6. Considerações Finais

Os dados coletados proporcionaram uma análise das redes bibliométricas acerca da produção científica internacional sobre empreendedorismo e religião, considerando os artigos indexados na base de dados *Scopus*. Os resultados mostraram que o número de publicações referentes às pesquisas que abordam empreendedorismo e religião ainda é pequeno (23 artigos), evidenciando que essa não é uma temática predominante em investigações no campo do conhecimento científico do empreendedorismo.

O primeiro artigo foi publicado em 1994; e somente após 10 anos foi indexada, na base *Scopus*, a segunda publicação, permitindo inferir que a produção científica sobre o tema é dispersa; e que a partir de 2013, concentrou-se maior parte das publicações. Em relação à produtividade dos autores, verificou-se que apenas cinco autores se destacaram dentre os demais, com a publicação de dois artigos científicos, evidenciando que parte da produção científica é concebida por poucos autores.

No que concerne às fontes de publicação, constatou-se que dois *journals* (*International Journal of Business and Globalisation* e *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*) compartilham a mesma quantidade de artigos publicados (dois artigos), sendo considerados como mais relevantes nesta área em específico. Os autores *Peter J. Carswell* e *Deborah Rolland* são responsáveis por dois artigos que receberam maior volume de citações durante o período analisado: *The role of religion in entrepreneurship participation and perception* e *Religion and entrepreneurship in New Zealand*, sendo este último publicado no *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, uma das fontes de publicação que concentrou maior volume de publicações na amostra em questão.

Com o mapeamento das redes de coautoria, verificou-se a existência de dois *clusters* de colaboração de pesquisa, evidenciando redes de cooperação fracas, uma vez que a maioria dos autores da amostra publica sozinha, sendo necessária a construção de relações fortes na rede de autores e instituições que investigam a temática, para que o contato entre os autores seja ampliado e, conseqüentemente, exerça poder na rede.

Foram identificadas as similaridades entre os pesquisadores, por meio da análise de redes de cocitação, com a formação de dois *clusters*, em que o primeiro concentra pesquisas que investigam a influência da religião, das crenças religiosas ou da religiosidade na atividade empreendedora, enquanto o segundo *cluster* abrange investigações sobre o papel da atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico. Quanto ao acoplamento bibliográfico, verificou-se a heterogeneidade dos grupos de pesquisa com destaque para autores *Mitchell J. Neubert*, *Jerry Z. Park*, *Peter J. Carswell* e *Deborah Rolland*, com maior quantidade de artigos acoplados.

Por meio da análise de rede de coocorrência de palavras-chave, identificaram-se a temática central dos artigos científicos e as três linhas de pesquisas conduzidas pelos autores. A primeira linha sugere o desenvolvimento de pesquisas alinhadas aos temas: empreendedorismo étnico, valores empreendedores e protestantismo pentecostal envolvendo países europeus. As palavras-chave que se concentraram na segunda linha permitiram inferir que as pesquisas podem ser formadas a partir da relação entre instituições, cultura, valores, com o intuito de contribuir para o desenvolvimento de temas relacionados ao empreendedorismo e religião. Por sua vez, a terceira linha de pesquisa envolve investigações sobre o papel da religião no empreendedorismo, sob a perspectiva islâmica.

Esta pesquisa apresentou como contribuição acadêmica o aprofundamento na área do conhecimento científico relacionado ao alinhamento entre o empreendedorismo e a religião, por meio da utilização de redes bibliométricas, identificando as tendências de publicação na área. Além disso, a pesquisa pode estimular o desenvolvimento de novas pesquisas nessa área do conhecimento.

Sugere-se, portanto, para pesquisas futuras, a realização de estudos que possam combinar os indicadores bibliométricos com outras metodologias, ou que enfatizem a análise sistemática de literatura, objetivando maior aprofundamento dos constructos adotados nas investigações acerca do empreendedorismo e da religião.

Referências

Acedo, F. J., Barroso, C., Casanueva, C., & Galán, J. L. (2006). Co-authorship in management and organizational studies: An empirical and network analysis. *Journal of Management Studies*, 43(5), 957-983.

Audretsch, D. B.; Bönte, W., & Tamvada, J. P. (2013). Religion, social class, and entrepreneurial choice. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 774-789.

Balog, A. M., Baker, L. T., & Walker, A. G. (2014). Religiosity and spirituality in entrepreneurship: a review and research agenda. *Journal of management, Spirituality & Religion*, 11(2), 159-186.

Borges, A. F., Enoque, A. G., Borges, J. F., & Almeida, L. L. S. (2015). Empreendedorismo Religioso: Um Estudo sobre Empresas que Exploram o Nicho da Religiosidade. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(5), 565-583.

Capobianco, R. P., Silveira, S. D. F. R., Zerbato, C., & Mendes, A. C. A. (2011). Análise das redes de cooperação científica através do estudo das coautorias dos artigos publicados em eventos da Anpad sobre avaliação de políticas públicas. *Revista de Administração Pública*, 45(6), 1869-1890.

Carsweel, P., & Rolland, D. (2007). Religion and entrepreneurship in New Zealand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(2), 162-174.

Carsweel, P., & Rolland, D. (2004). The role of religion in entrepreneurship participation and perception. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(3/4), 280-286.

Chueke, G. V., & Amatucci, M. (2015). O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum. *Internext*, 10(2), 1-5.

Cronin, B., Shaw, D., & La Barre, K. (2003). A cast of thousands: co-authorship and subauthorship collaboration in the twentieth century as manifested in the scholarly literature of psychology and philosophy. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 54(9), 855-871.

Dana, L. P. Religion as an explanatory variable for entrepreneurship. (2009). *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 10 (2), 87-99.

- Deneulin, S., & Rakodi, C. (2011). Revisiting religion: development studies thirty years on. *World Development*, 39(1), 45-54.
- Ding, Y., Chowdhury, G. G. & Foo, S. (2001). Bibliometric cartography of information retrieval research by using co-word analysis. *Information Processing & Management*, 37(6), 817-842
- Dougherty, K. D., Griebel, J., Neubert, M. J., & Park, J. Z. (2013). A religious profile of American entrepreneurs. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 52(2), 401-409.
- Drakopoulou Dodd, S., & Seaman, P.T. (1998). Religion and enterprise: an introduction exploration. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 71-86.
- Griebel, M., Park, J. Z., & Neubert, M. J. (2014) Faith and work: an exploratory study of religious entrepreneurs. *Religions*, 5, 780-800.
- Gundolf, K., & Filser, M. (2013). Management research and religion: A citation analysis. *Journal of Business Ethics*, 112(1), 177-185.
- Jarneving, B. (2007). Bibliographic coupling and its application to research-front and other core documents. *Journal of Informetrics*, 1(4), 287-307.
- Henley, A. (2016). Does religion influence entrepreneurial behaviour? *International Small Business Journal*, 38(8), 1-21.
- Johnmark, D. R., Soemunti, T.W., Laura, O., Munene, J. C., & Balunywa, W. (2016). Disabled students' entrepreneurial action: The role of religious beliefs. *Cogent Business & Management*, 3(1), 1-13.
- Kessler, M. M. (1965). Comparison of the results of bibliographic coupling and analytic subject indexing. *American Documentation*, 16(3), 223-233.
- Klavans, R., & Boyack, K. W. (2006). Identifying a better measure of relatedness for mapping science. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(2), 251-263.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- McCleary, R. M., & Barro, R. J. (2006). Religion and economy. *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), 49-72.
- Menezes, S. D., & Caregnato, S. E. (2018). Produção científica brasileira em química entre 2004 e 2013: análise dos artigos indexados na Web of Science. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 23(53), 25-38.
- Mittelstaedt, J. D. (2016) A Framework for understanding the relationships between religions and markets. *Journal of Macromarketing*, 22 (1), p. 6–18.

- Morris, M., & Schindehutte, M. (2005). Entrepreneurial values and the ethnic enterprise: an examination of six subcultures. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 453-479.
- Morris, S. A., & Veer Martens, B. V. (2008). Mapping research specialties. *Annual Review of Information Science and Technology*, 42(1), 213-295.
- Silva, F. R., & Crubellate, J. M. (2016). Complexidade institucional: um estudo bibliométrico na publicação recente em teoria institucional. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 15(2), 116-132.
- Silva, A. C. C.; Durante, D. G.; & Biscoli, F. R. V. Espiritualidade no ambiente de trabalho: estudo bibliométrico da produção acadêmica nacional 2010-2014. *R.G.Secr. GESEC*, 8(2), 108-127.
- Small, H. (1973). Co-citation in the scientific literature: A new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science*, 24(4), 265-269.
- Smith, B. R., Conger, M. J., McMullen, J. S., & Neubert, M. J. (2019). Why believe? The promise of research on the role of religion in entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, in press.
- Soares, S. V., Picolli, I. R. A., & Casagrande, J. L. (2018). Pesquisa bibliográfica, pesquisa bibliométrica, artigo de revisão e ensaio teórico em administração e contabilidade. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 19(2), 1-19.
- Su, H.; Lee, P. (2010). Mapping knowledge structure by keyword co-occurrence: a first look at journal papers in Technology Foresight. *Scientometrics*, 85(1), 65-79.
- Wallin, J. A. (2005). Bibliometric methods: pitfalls and possibilities. *Basic & Clinical Pharmacology & Toxicology*, 97(5), 261-275.
- Weber, M. (2013). *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo, SP: Martin Claret.