

TENDÊNCIAS DE FORMAÇÃO DO CAMPO DE ECONOMIA DE COMPARTILHAMENTO EM ADMINISTRAÇÃO APÓS O INÍCIO DA PANDEMIA: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

INTRODUÇÃO

A Economia de Compartilhamento já surgiu como um fenômeno disruptivo impulsionado pelo rápido desenvolvimento da tecnologia da informação nos últimos anos (Puschmann & Alt, 2016). Tais desenvolvimentos reduziram os custos de transação de atividades de compartilhamento, que passaram a ocorrer de forma eletrônica em plataformas de serviço que oferecem acesso temporário a recursos em troca de compensação monetária (Sundararajan, 2016, p. 53-64). Este fenômeno, que já foi também denominado ‘consumo colaborativo’ ou ‘consumo baseado no acesso’ (Trenz et al., 2018) é, portanto caracterizado como uma forma alternativa ao consumo tradicional baseado na aquisição de bens (Belk, 2014a).

Mas os negócios baseados em compartilhamento, que vinham ocupando cada vez mais mercado e relevância econômica desde o lançamento das plataformas *Uber* e *Airbnb* em 2018, têm sofrido fortes impactos em função da pandemia de Corona vírus (Hossain, 2021). Como estas plataformas eletrônicas têm uma lógica de criação de valor e premissas organizacionais muito diferentes de empresas tradicionais, além de outras vulnerabilidades específicas, elas precisam ser investigadas de forma individualizada para uma melhor compreensão das suas forças e fraquezas e da sua sustentabilidade diante desse novo contexto (Belleflamme et al., 2021).

Ainda que o desenvolvimento do campo científico da Economia de Compartilhamento tem sido apurado com relativa frequência em análises sistemáticas da literatura e artigos bibliométricos (Klarin & Suseno, 2021), a publicação mais recente desse tipo ainda não alcança a verificação dos efeitos da epidemia (Mody et al., 2021). Este estudo busca preencher esta lacuna científica respondendo a seguinte pergunta de pesquisa: ‘Qual tem sido a influência da pandemia de Corona vírus no desenvolvimento do campo científico de Economia de Compartilhamento na área de Administração?’

Para respondê-la esse estudo formulou os seguintes objetivos específicos: (1) confirmar a tendência quantitativa geral de produção científica e de citação (impacto) deste campo de pesquisa; (2) definir os principais estudos e as principais revistas científicas que influenciam a formação do campo; (3) identificar a estrutura de conhecimento do campo e discriminar suas principais bases de formação; e (4) identificar as bases de conhecimento mais acionadas e discernir as linhas de pesquisa mais emergentes. Os itens (1), (2) e (3) são objetivos secundários, pois estruturam a análise para o atingimento do item (4), que é o objetivo principal do estudo. Métodos bibliométricos foram aplicados para o desenvolvimento da análise que utiliza a base de dados e ferramentas da plataforma da *Web of Science* para o alcance dos objetivos (1) e (2) e o software *CiteSpace II* para a entrega dos objetivos (3) e (4).

No próximo tópico o trabalho confirma, a partir de uma revisão da literatura, a abrangência dos modelos de negócio que compõem o fenômeno da Economia de Compartilhamento, verifica quais aspectos do seu funcionamento são mais suscetíveis ao novo contexto influenciado pela pandemia e, por fim, analisa qual o alcance e os resultados das últimas análises bibliométricas publicadas sobre o campo. Na sequência o método utilizado é explicado e justificado, para o posterior detalhamento dos resultados das análises.

O estudo é então encerrado com as sínteses dos autores deste artigo que, além de responderem as expectativas trazidas, explicam as contribuições do trabalho, suas limitações e recomendações futuras.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. A Economia de Compartilhamento

A Economia de Compartilhamento surgiu como uma alternativa à aquisição de recursos para uso privado (Bardhi & Eckhardt, 2012). Mas essa alternativa passou apenas a ser considerada pela sociedade em geral quando o custo relativo de se compartilhar um recurso tornou-se relativamente mais baixo que a sua aquisição e manutenção (Sundararajan, 2016, p. 53-64). Isso decorreu do desenvolvimento da tecnologia da informação nas últimas décadas, que viabilizou modelos de negócios que oferecem acesso temporário economicamente vantajoso a vários recursos (Sundararajan, 2016, p. 53-64). Esse momento econômico se tornou aparente a partir do surgimento do *Uber* e do *Airbnb* em 2008, plataformas de compartilhamento que a partir de então tiveram acelerado crescimento e publicidade.

A internet teve um papel fundamental neste desenvolvimento (Hamari et al., 2016; Kathan et al., 2016). A velocidade de acesso à rede, viabilizada pela combinação de uma infraestrutura cada vez mais moderna (ex.: 5G), de microprocessadores mais ágeis (ex.: chips de processamento) e armazenamento de dados mais eficientes (ex.: nuvem), teve um papel determinante (Puschmann & Alt, 2016). Além dela outra influência relevante foi da conectividade, que se expandiu muito a partir do acesso, quase indiscriminado, a todo e qualquer indivíduo (via *Smartphone*), a objetos (através de *Bluetooth* e sensores remotos) e dados de posicionamento geográfico via satélite (sistema *GPS*) (Puschmann & Alt, 2016). Por fim, surgiram os aplicativos de *Smartphone* que permitiram interações mais assertivas e produtivas durante as interações realizadas via internet (van Astyne et al., 2016).

Essas “tecnologias digitais permitem que plataformas diminuam consideravelmente os custos de transação que os usuários precisam assumir para interagirem (custos relacionados, por exemplo, a busca, ao pareamento, a triagem, a contratação, a confiança, a reputação, a resolução de disputas, ao gerenciamento de agendamentos, etc.)” (Belleflamme et al., 2021). Ao facilitar o acesso temporário a recursos e serviços de forma conveniente em troca de compensações financeiras, plataformas eletrônicas passaram a contar com uma demanda crescente de produtos, que até então, eram subutilizados (Trenz et al., 2018). Como esses recursos podem ser físicos ou virtuais (Belk, 2014b), próprios (plataformas *B2C - Business to Customer*) ou de provedores independentes (plataformas *P2P - Peer to Peer*), a variedade de modelos de negócios classificados dentro deste conceito também é muito vasta (Eckhardt et al., 2019; Trenz et al., 2018).

2.2. O efeito recente da pandemia nas atividades de plataformas de compartilhamento

A lógica da criação de valor em plataformas de compartilhamento é bastante distinta daquela de empresas tradicionais, de forma que elas sofrem um efeito muito diferente destas quando sujeitas a insegurança e a incerteza gerada pela pandemia (Belleflamme et al., 2021). Mesmo entre as plataformas de compartilhamento, ainda há um efeito muito variado.

No caso de plataformas intermediadoras (*P2P*), são os efeitos de rede que definem a rentabilidade do negócio, de forma que aumentos na oferta (mais provedores) provocam

redução nos preços gerando maior apelo a consumidores potenciais que percebem também maior amplitude de oportunidades de transação (Constantiou et al., 2017). Já no caso de plataformas proprietárias (B2C), a rigidez da oferta é mantida no curto prazo ainda que haja oscilações de demanda, uma vez que os recursos oferecidos são da empresa e não podem ser incrementados ou reduzidos com rapidez, conforme demandados (Lamberton & Rose, 2012).

Além da lógica de criação de valor, os recursos oferecidos e as formas de interação também exercem grande influência sobre o grau dos efeitos da pandemia nestas plataformas (Belleflamme et al., 2021). Serviços que compartilham recursos digitais (ex. *Pinterest*) têm vantagem sobre aqueles que organizam o compartilhamento de recursos físicos (ex. *Easy*), uma vez que os primeiros não oferecem nenhum risco de contágio ao contrário dos últimos (Bardhi & Eckhardt, 2012; Belk, 2014b). O mesmo pode ocorrer com as interações. Plataformas que promovem contatos mais frequentes e duradouros entre indivíduos (Perren & Kozinets, 2018; Zhang et al., 2020) oferecem mais risco a seus usuários nesse contexto (ex. *TaskRabbit*) que aquelas que promovem contato menos duradouro e/ou mais direcionado a objetos que a indivíduos (ex. *Mobike*).

Além destes fatores, mudanças de comportamento, de motivação ou de hábitos também afetam a demanda de uma maneira geral. Este efeito é bastante claro quando imaginamos as consequências de um *lockdown* em negócios relacionados à mobilidade (ex. *Uber*) ou ao turismo (ex. *Aibnb*) (Hossain, 2021). Alguns estudos científicos recentes já avaliam a importância dos impactos da epidemia sobre as plataformas de compartilhamento de maneira a explicarem de que forma cada tipo é afetado nessa condição especial que vem se tornado a nova realidade da humanidade há mais de um ano (ex.: Belleflamme et al., 2021).

2.3. A produção científica do campo de Economia de Compartilhamento

É razoável afirmar que a produção científica relacionada a este campo de pesquisa emergiu de forma tão ascendente quanto os negócios que envolvem seus modelos de transação (Cheng, 2016; Ertz & Leblanc-Proulx, 2018). Isso pode ser explicado, não apenas pela relevância econômica do tema, mas pelo interesse da comunidade científica em desvendar os fatores que afetam o desempenho dessas plataformas e compreender os impactos que elas causam nas indústrias ou empresas com as quais competem, na economia de forma geral, na sociedade, no meio ambiente e na forma de se fazer política.

De acordo com os resultados de um estudo recente de mapeamento cientométrico (Klarin & Suseno, 2021) dois setores se destacam como foco principal das publicações centralizadas no campo de economia de compartilhamento: o setor de transportes e o setor de turismo e acomodação. Tal estudo foi baseado em dados extraídos de publicações da *Web of Science* dentro do período compreendido entre 2008 e 15 de Janeiro de 2020, portanto ainda anterior ao surto de Corona vírus.

Também no estudo de Sánchez-Pérez et al. (2021), que retrata o mapeamento científico do campo em questão a partir de dados extraídos da *Web of Science* de publicações ocorridas no período de 1978–2019, o setor do turismo não apenas dá nome a um dos quatro *clusters* formados, como a palavra *turism* também aparece como um dos termos mais frequentes entre 2017-2019, apenas atrás de *framework* e *online*.

Este estudo confirmou a previsão de um estudo anterior (Ertz & Leblanc-Proulx, 2018) que mapeou as publicações do campo a partir das bases de dados da *Web of Science* e *Scopus* (mescladas e sem duplicações) para analisar dinâmicas de formação nas redes de co-citação a partir dos períodos 2010-2014, 2010-2015, 2010-2016 e 2010-2017. Os autores

constatarem a emergência e consolidação aparente de um *cluster* envolvendo estudos sobre o setor de turismo e outro sobre o de transportes. Também encontraram um aglomerado estabilizado, relacionado a trabalhos conceituais/seminais do campo, e, por fim, outro abrangendo abordagens sustentáveis, aparentemente em estado incipiente (Ertz & Leblanc-Proulx, 2018).

Por fim, um mapeamento específico da literatura de turismo e acomodação realizado com dados compreendidos entre 2010 e Maio de 2020 a partir da base da *Scopus* permitiu que Mody et al. (2021) confirmassem a continuidade do crescimento do campo de economia de compartilhamento nessa área específica. Nesse estudo os autores ainda apontaram para a necessidade de uma nova verificação das tendências reportadas após a consolidação dos efeitos da pandemia para a confirmação de suas consequências na estruturação do campo.

3. MÉTODO

Este estudo realiza análises bibliométricas a partir de dados secundários (meta dados relacionados a estudos publicados). “Métodos bibliométricos empregam uma abordagem qualitativa para a descrição, avaliação, e monitoramento de pesquisas publicadas. Esses métodos têm o potencial de introduzir um processo de revisão sistemático, transparente e reproduzível e, portanto melhoram a qualidade das revisões” (Zupic & Čater, 2015).

Aqui dois tipos de análises bibliométricas foram praticados: (i) análises de desempenho e (ii) mapeamentos da ciência (Cobo et al., 2011a). “Análises de desempenho têm como objetivo avaliar grupos de atores científicos (países, universidades, departamentos, pesquisadores) e o impacto de suas atividades com base em dados bibliográficos”, enquanto “mapeamentos da ciência almejam a revelação de aspectos estruturais e dinâmicos de pesquisas científicas” (Cobo et al., 2011a).

A primeira abordagem terá como finalidade demonstrar a tendência de evolução geral da produção científica e o de seu impacto científico (citações) no campo de Economia de Compartilhamento, assim como de evidenciar os estudos e revistas com maior produção e impacto em suas publicações. A segunda auxiliará a interpretação da relação estabelecida entre os trabalhos mais influentes na formação do campo, verificará quais são seus núcleos (bases de conhecimento) e a dinâmica de sua formação, para a confirmação de linhas de pesquisas emergentes (Cobo et al., 2011b).

As análises de publicação e citação (análises de desempenho) e as análises de co-citação (mapeamento da ciência) desenvolvidas aqui assumem como principal referência (objeto de análise) os documentos publicados e não os autores das publicações. Essa aplicação decorre do fato de documentos publicados (ex.: artigos, livros) carregarem informação mais específica que seus autores (Chen et al., 2010) que publicam sobre vários assuntos, quando não, em campos e categorias científicas diferentes.

O Quadro 1, montado a partir de recomendações metodológicas (Cobo et al., 2011b, 2011a; Zupic & Čater, 2015), sintetiza a relação entre os objetivos específicos do estudo, os métodos bibliométricos definidos, as técnicas de análise selecionadas e os resultados esperados. As análises de desempenho foram realizadas diretamente no portal da *Web of Science*, utilizando as ferramentas do *InCities*. Para mapeamos da ciência foi utilizado o *software* de acesso gratuito *CiteSpace II*, que dispõe de ferramentas de análise, projeção e visualização adequadas para as finalidades deste estudo, que está mais focado em análises progressivas para a interpretação de pesquisas emergentes (Cobo et al., 2011b).

Quadro 1 - Métodos e técnicas empregados para o direcionamento dos objetivos

Objetivos Específicos	Métodos Bibliométricos	Técnicas de Análise	Resultados Esperados
(1) Confirmar a tendência quantitativa geral de produção científica e de citação (impacto) deste campo de pesquisa	Análise de Desempenho (<i>Performance Analysis</i>)	(1) Análises de Publicações Citações por Período	- Gráfico de quantidade de publicações realizadas por ano - Gráfico de quantidade de citações por ano
(2) Definir os principais estudos e as principais revistas científicas que influenciam a formação do campo		(2) Análises de Publicações Citações por Documento e por Revista	- <i>Ranking</i> dos documentos mais citados no período analisado - <i>Ranking</i> das Revistas mais citadas.
(3) Identificar a estrutura de conhecimento do campo e discriminar suas principais bases de formação	Mapeamento da Ciência (<i>Science Mapping</i>)	(3) Análise de Cocitação de Documentos (estática)	- <i>Clustering</i> de cocitação dos documentos que compõem a rede formada (estrutura de conhecimento), em uma análise atemporal.
(4) Identificar as bases de conhecimento mais acionadas e discernir as linhas de pesquisa mais emergentes		(4) Análise de Cocitação de Documentos (dinâmica)	- <i>Clustering</i> progressivo de cocitação de documentos considerando a variável tempo (análise progressiva ou longitudinal dos aglomerados)

Fonte: Elaborado pelos autores

A coleta de dados foi realizada a partir da base da *Web of Science*. De acordo com um levantamento recente que apurou todas as revisões de literatura do campo de Economia de Compartilhamento, esta tem sido a base mais utilizada (Sánchez-Pérez et al., 2021). Outra muito usada nestes estudos é a da *Scopus*. Ainda que possam haver diferenças significativas entre os resultados de análises que utilizam dados da *Web of Science* e da *Scopus* para estudos com escopo mais limitado (ou seja, em geografias detalhadas, ou revistas e universidades específicas), isso não ocorre no caso de amostras maiores e globais de domínios mais amplos (Meho & Sugimoto, 2009).

Os termos utilizados para busca em resumos de documentos foram: *access_based_consum** OR *collaborative_consum** OR *sharing_economy*. Além dos dois últimos, já presentes em buscas de quase todos os trabalhos de revisão da literatura do campo listados por Sánchez-Pérez et al. (2021), este estudo incluiu o termo *access based consumption* lançado por Bardhi & Eckhardt (2012), seguindo a recomendação de Trenz et al. (2018). O trabalho referenciado (Bardhi & Eckhardt, 2012) é um estudo seminal e o segundo artigo mais citado do campo, conforme será mostrado no *ranking* de citações mais adiante. As abreviações com asteriscos foram definidas após testes que demonstraram que sem a possibilidade de pequenas variações nos termos selecionados haveria exclusões de artigos relevantes à apuração.

O período de análise foi definido de 2003 (cinco anos antes do lançamento das plataformas do *Uber* e do *Airbnb*) até o final de Junho de 2021. As categorias da *Web of Science* selecionadas foram *Business* e *Management* uma vez que a intenção do estudo é a de avaliar o campo de Economia de Compartilhamento dentro da área de Administração. Apenas o tipo de documento *Article* foi incluído na análise já que este é o único formato que tem valor científico aferido pela comunidade científica. A conjunção desses critérios de seleção resultou em um total de 711 documentos.

Diferentemente das análises de desempenho que utilizaram todos os dados filtrados, para o desenvolvimento das análises de mapeamento da ciência somente foram importados no *CiteSpace II* os cinco últimos anos inteiros coletados (ou seja, de 2016 a 2020). Esta decisão

foi tomada porque o programa deste *software* desenvolve a rede de co-citação a partir da agregação dos documentos mais co-citados em cada um dos períodos selecionados (neste caso o *software* foi ajustado para períodos anuais) e a importação de períodos incompletos poderia alterar estrutura de formação da rede pela aplicação de um critério único para escalas de períodos distintas. Esta escolha foi feita para a conservação de validade na análise.

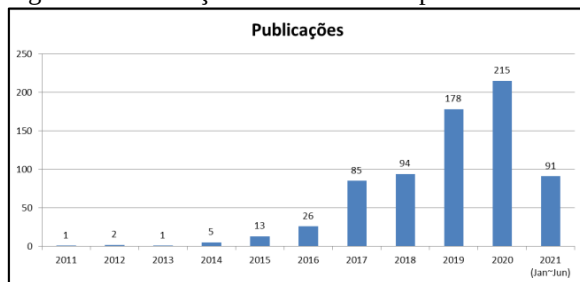
No próximo tópico os resultados das análises serão apresentados em detalhe.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Análises de Desempenho

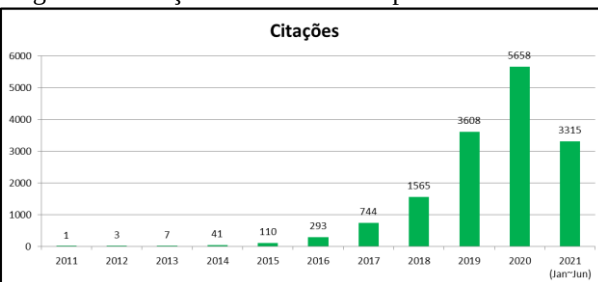
As Figura 1 demonstram que tanto a produção científica quanto as citações de estudos do campo tiveram crescimento significativo ano a ano (muitas vezes acima de 100%) e que isso deverá se repetir este ano (lembrando que existe cerca de um mês de atraso de informação da base sobre os períodos informados, ou seja, se coletamos Junho em Julho o volume aumentaria).

Figura 1 - Publicações de documentos por ano



Fonte: Elaborada pelos autores

Figura 2 – Citações de documentos por ano



Fonte: Elaborada pelos autores

A análise dos trabalhos mais citados na Tabela 1 mostra que os 20 primeiros artigos do *ranking* concentram sozinhos quase 40% de todas as citações, sendo que os 4 primeiros absorvem praticamente 20% das citações. O primeiro trabalho da lista é um estudo conceitual, o segundo um estudo de caso sobre compartilhamento de automóveis, enquanto o terceiro e o quarto são trabalhos empíricos relacionados à plataforma eletrônica *Airbnb*.

Tabela 1 - Lista de documentos mais citados

#	Autores do Documento	Ano da Publicação	Total de Citações	Conc. de Citações
1	Belk, Russell	2014	1067	7,0%
2	Bardhi, Fleura; Eckhardt, Giana M.	2012	771	12,0%
3	Zervas, Georgios; Proserpio, Davide; Byers, John W.	2017	625	16,1%
4	Ert, Eyal; Fleischer, Aliza; Magen, Nathan	2016	488	19,2%
5	Moehlmann, Mareike	2015	402	21,9%
6	Cohen, Boyd; Kietzmann, Jan	2014	381	24,3%
7	Hamari, Juho	2013	272	26,1%
8	Gutierrez, Javier; Carlos Garcia-Palomares, Juan; Romanillos, Gustavo; Henar Salas-Olmedo, Maria	2017	244	27,7%
9	Albinsson, Pia A.; Perera, B. Yasanthi	2012	217	29,1%
10	Acquier, Aurelien; Daudigeos, Thibault; Pinkse, Jonatan	2017	193	30,4%
11	Benoit, Sabine; Baker, Thomas L.; Bolton, Ruth N.; Gruber, Thorsten; Kandampully, Jay	2017	150	31,3%
12	So, Kevin Kam Fung; Oh, Haemoon; Min, Somang	2018	131	32,2%
13	Barnes, Stuart J.; Mattsson, Jan	2016	127	33,0%
14	Mody, Makarand Amrishi; Suess, Courtney; Lehto, Xinran	2017	120	33,8%
15	Kathan, Wolfgang; Matzler, Kurt; Veider, Viktoria	2016	118	34,6%
16	Scaraboto, Daiane	2015	118	35,3%
17	Liang, Sai; Schuckert, Markus; Law, Rob; Chen, Chih-Chien	2017	117	36,1%
18	Munoz, Pablo; Cohen, Boyd	2017	114	36,9%
19	Mao, Zhenxing; Lyu, Jiaying	2017	112	37,6%
20	Weber, Thomas A.	2014	111	38,31%

Fonte: Elaborada pelos autores

O mais antigo, não só entre os três, mas da lista toda, é Bardhi & Eckhardt (2012) que lançou o termo *access based consumption* ao analisar as características do serviço de compartilhamento de automóveis da plataforma americana *Zipcar* através de um estudo de caso. Belk (2014a), o segundo da lista, desenvolve a tese de que o compartilhamento ‘verdadeiro’ é altruísta, como a maternidade, e que o oposto disso é a transação econômica, individualista. Com base nesse argumento o autor explica que o fenômeno emergente descrito por Bardhi & Eckhardt (2012) é um ‘pseudo-compartilhamento’, com traços mais próximos a transações comerciais.

A Tabela 2 demonstra que as citações também são bastante concentradas em algumas revistas científicas. As quatro revistas que mais publicam no campo agregam mais de 37% das citações. A primeira e a quarta no *ranking* de publicação são revistas do setor de turismo, o que demonstra a força e influência do modelo de negócio *P2P* do *Airbnb* no campo estudado. A segunda em produção é especializada em projeções tecnológicas e mudanças sociais, temas muito relacionados à lógica de funcionamento e aos impactos das plataformas de compartilhamento. A terceira da lista é também a campeã em citações e é focada na aplicação de teorias de negócios em contextos inseridos na realidade dos mesmos. Ela é, portanto uma revista que busca confirmação empírica de novas teorias organizacionais.

Tabela 2 - Lista das revistas científicas com maior quantidade de publicação

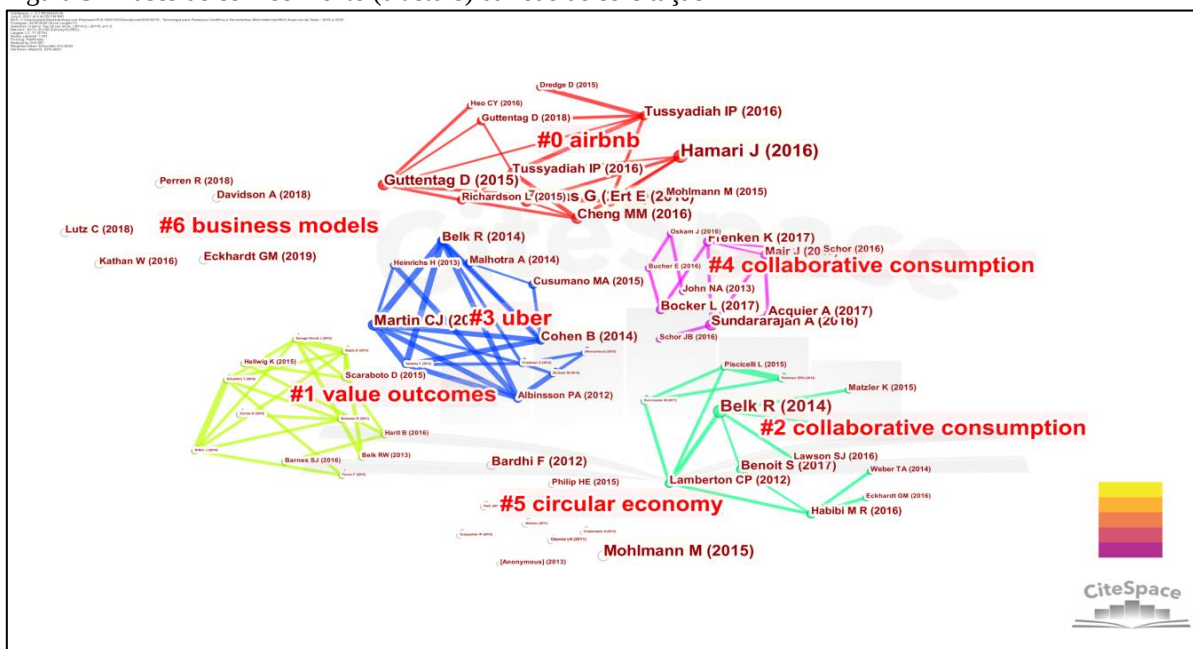
#	Revista Científica	Qtde de Documentos	Qtde de Citações	Conc. de Citações
1	INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT	42	1239	8,1%
2	TECHNOLOGICAL FORECASTING AND SOCIAL CHANGE	34	1202	15,9%
3	JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH	33	1790	27,6%
4	TOURISM MANAGEMENT	24	1514	37,4%
5	ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH AND APPLICATIONS	16	399	40,0%
6	JOURNAL OF BUSINESS ETHICS	12	118	40,8%
7	INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES	11	136	41,7%
8	PSYCHOLOGY & MARKETING	11	87	42,3%
9	INTERNET RESEARCH	10	114	43,0%
10	JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM MANAGEMENT	10	39	43,3%
11	BUSINESS HORIZONS	9	386	45,8%
12	JOURNAL OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS	9	206	47,1%
13	JOURNAL OF SERVICE MANAGEMENT	9	168	48,2%
14	JOURNAL OF FASHION MARKETING AND MANAGEMENT	9	153	49,2%
15	JOURNAL OF CONSUMER MARKETING	9	144	50,1%
16	JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES	9	117	50,9%
17	AUSTRALASIAN MARKETING JOURNAL	9	22	51,1%
18	MIS QUARTERLY EXECUTIVE	8	117	51,8%
19	ACADEMY OF MANAGEMENT DISCOVERIES	8	110	52,5%
20	TECHNOLOGY INNOVATION MANAGEMENT REVIEW	8	30	52,7%

Fonte: Elaborada pelos autores

4.2. Mapeamento da Ciência: uma análise da rede de co-citação de documentos

A rede de co-citação formada contou com 73 documentos (nós) e 145 ligações (laços). A Figura 3 retrata sete grupos formados (*clusters*), lembrando que os nós que integram essas ‘bases de conhecimento’ são os documentos mais co-citados pelos artigos cujos dados foram alimentados no *CiteSpace II*. Os nomes dos grupos advêm dos termos de busca mais comuns dos artigos citantes, que formam novas frentes de pesquisa (obs.: os termos são sintetizados através de algoritmos específicos do *software* para facilitar o processo cognitivo de interpretação dos *clusters*) (Chen et al., 2010). O fato de haver bases de conhecimento com os nomes dos dois modelos de negócios mais simbólicos do campo (#0 *airbnb* e #3 *uber*) confirma a relevância deles, que já havia sido revelada em estudos anteriores recentes (Klarin & Suseno, 2021).

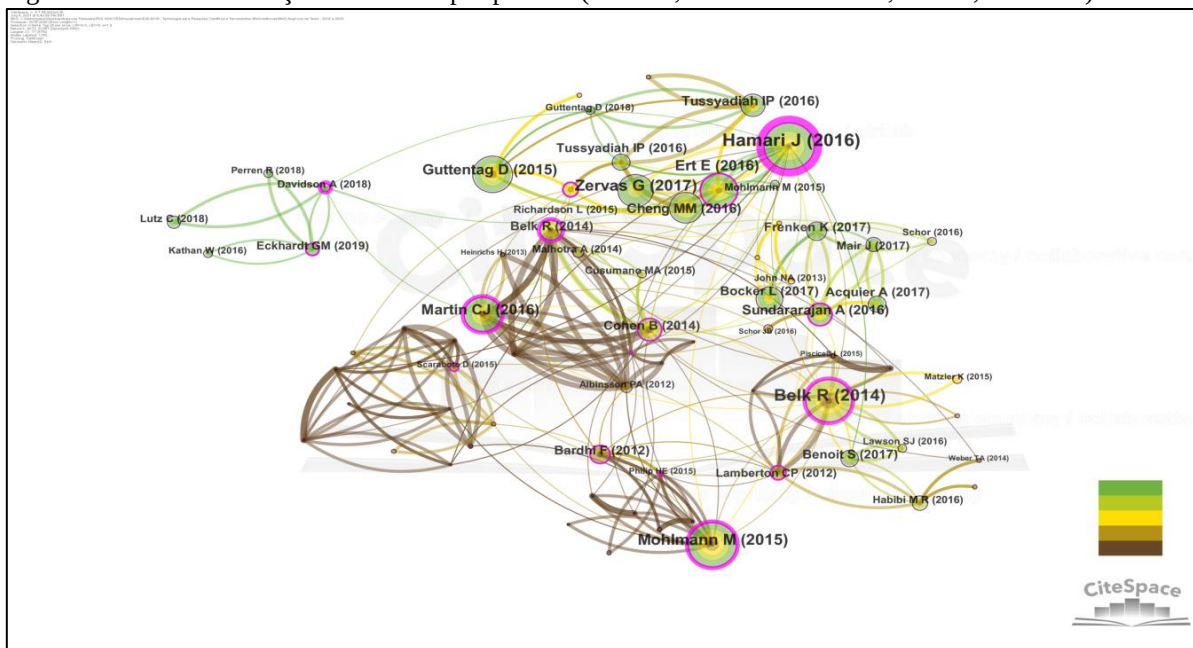
Figura 3 - Bases de conhecimento (*clusters*) da rede de co-citação



Fonte: Elaborada pelos autores a partir do software *CiteSpace II*

Ao analisar os momentos de formação dos laços entre nós da rede (Figura 4) ficam evidentes os agrupamentos recentes como os que se encontram nos grupos #0 *airbnb*, #4 *collaborative consumption* e #6 *business models*, lembrando que a legenda (na parte inferior direita do gráfico) sinaliza em verde os laços mais recentes (2020) e em marrom escuro os mais antigos (2016). Por outro lado fica também perceptível uma maior inatividade recente nos grupos #1 *value outcomes*, #3 *uber* e #5 *circular economy*, que são formados por laços onde predominam o marrom escuro.

Figura 4 - Rede de co-citação estruturada por período (de 2016, em marrom escuro, a 2020, em verde)



Fonte: Elaborada pelos autores a partir do software *CiteSpace II*

A Figura 4 também deixa evidentes os artigos mais citados da base de dados importada (aqueles com os maiores nós), assim como os mais acionados recentemente (quanto mais verdes seus núcleos, mais citados em 2020, por exemplo). Outro destaque importante fica para os nós contornados com os aros cor de rosa. Quanto mais espessos esses aros, maior a centralidade de intermediação do documento, ou seja, mais relevante é o nó para a estruturação da rede formada, tornando-a mais coesa (Chen, 2006). Fica, portanto clara a condição do estudo de Hamari et al. (2016) de maior articulador do campo de Economia de Compartilhamento. Este é um estudo empírico que confirma, a partir de análises quantitativas, as motivações de participantes de vários tipos de plataformas de compartilhamento. Talvez por esta razão ele se encontre tão bem centralizado na rede formada, representado de certa forma a pluralidade deste campo de pesquisa.

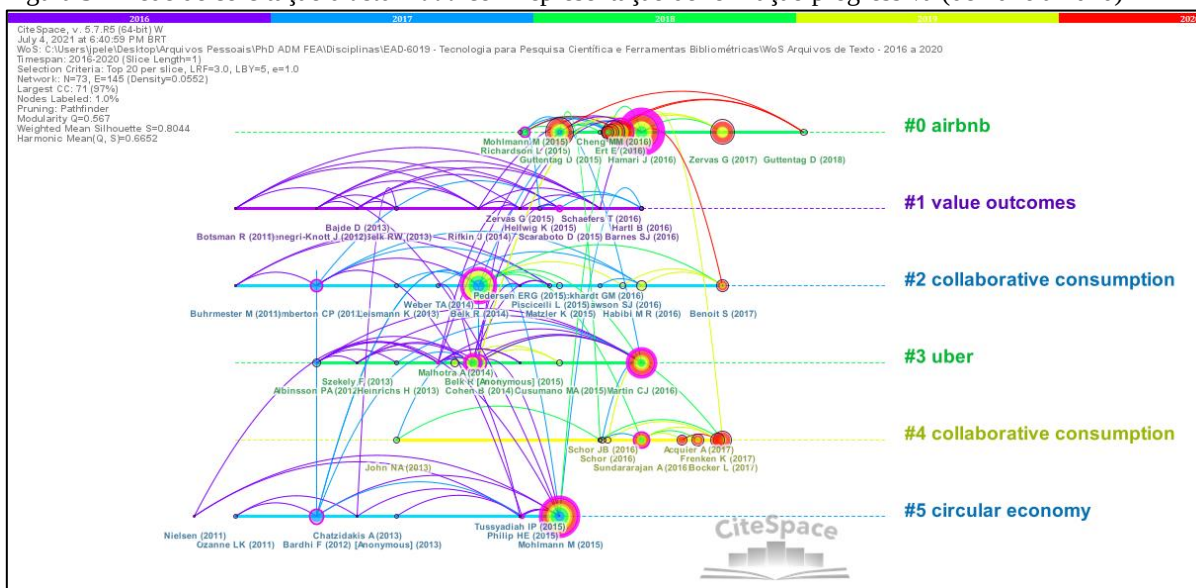
Outros estudos relevantes na articulação da rede foram: Belk (2014a), que explora as características de ‘pseudo-compartilhamento’ do fenômeno referenciado; Möhlmann (2015) que compara empiricamente os determinantes de satisfação e as probabilidades de continuidade de uso em serviços de uma plataforma B2C de compartilhamento de automóvel (*Car2go*) e outra P2P de acomodação (*Airbnb*); e Martin (2016) que aplica a ‘Perspectiva de Análise Multi-nível’ para interpretar as narrativas de atores da Economia de Compartilhamento (nicho) e atores incumbentes (regime) e confirmar se uma eventual disrupção do sistema sócio técnico atual levaria a um caminho realmente sustentável ou apenas a uma forma variada do neoliberalismo prevalente. Todos estes estudos apresentam um nível de generalização importante que justifica sua condição de articuladores do ‘todo’, seja na amplitude conceitual que envolve o ato de compartilhar (Belk, 2014a), na consideração dos modelos negócios envolvidos em serviços de compartilhamento (P2P e B2C) para a definição dos determinantes de uso (Möhlmann, 2015) ou na avaliação geral dos impactos do fenômeno tanto na economia, como na sociedade (Martin, 2016).

Na Figura 4 três grupos se destacam pelo volume de atividades mais recentes (laços verdes) entre os nós que os integram: #0 *airbnb*, #4 *collaborative consumption* e #6 *business models*. Ainda que também ‘procurados’ os dois últimos ficam longe de concorrer pelo protagonismo dos acionamentos estruturantes que incidem no cluster #0 *airbnb*.

O grupo #4 *collaborative consumption* é composto por estudos que analisam de maneira mais crítica o paradigma do compartilhamento eletrônico, suas reais motivações e seus impactos no longo prazo. O grupo #6 *business models* é formado por trabalhos que evidenciam a pluralidade dos modelos de negócios de compartilhamento, definindo suas maiores peculiaridades e influências. Já no grupo #0 *airbnb*, oito dos doze documentos que o compõem são publicações de revistas científicas específicas do setor de turismo sendo ainda que outros dois (dos quatro restantes) trataram de impactos da economia de compartilhamento no setor ou de fatores que influenciam o uso de plataformas de compartilhamento de acomodação.

A liderança em acionamentos estruturantes no ano de 2020 fica ainda mais aparente na Figura 5, que representa a análise progressiva da rede de co-citação formada. Nela, que exclui automaticamente o grupo #6 *business models*, por ele ser pouco expressivo (ainda iminente), os laços vermelhos, que representam co-citações originadas em 2020, demonstram a partir de outra perspectiva que o cluster #0 *airbnb* vem de fato sendo o mais bem estruturado da rede ultimamente. Aros vermelhos em volta dos nós pertencentes a este grupo ilustram também que seus integrantes foram citados com mais frequência que documentos que compõem outros clusters.

Figura 5 – Rede de co-citação *clusterizada* com representação de formação progressiva (de 2016 a 2020)



Fonte: Elaborada pelos autores a partir do software *CiteSpace II*

No tópico a seguir as conclusões do estudo serão apresentadas.

5. CONCLUSÕES

Este estudo se propôs a analisar a influência do contexto da pandemia de Corona vírus na formação do campo científico de Economia de Compartilhamento na área de Administração. Após revisar a literatura para assimilar os interesses científicos sobre o campo no momento particular em que vivemos e para sintetizar os achados de estudos bibliométricos e revisões da literatura recente, este estudo pôde renovar uma tendência anteriormente já retratada. O setor de turismo e acomodação continua sendo o mais investigado cientificamente em 2020 para a interpretação das causas, funcionamento e impactos de plataformas de serviços de compartilhamento. Essa é uma afirmação que conta com substancial respaldo científico, uma vez que este trabalho bibliométrico selecionou apenas artigos das categorias *Business* e *Management* da *Web of Science* para o desenvolvimento da análise de co-citação e teve evidências notórias que: (i) uma das bases de conhecimento da estrutura de formação do campo tem identidade forte com este setor específico: dez dos doze estudos que a compõem (documentos citados) tratam diretamente do setor e o termo de busca mais comum encontrado entre os artigos que citaram tais documentos (artigos citantes) foi *airbnb*, nome utilizado pelo programa para ‘etiquetar’ o grupo; (ii) esta base foi a que teve mais documentos citados (os nós mais acionados) e a que se tornou mais coesa (mais laços entre seus nós internos) no ano de 2020.

Portanto, seja porque este tipo de plataforma tenha sido economicamente afetada pela ausência de mobilidade no início da pandemia (inclusive causada por *lockdowns*) (Hossain, 2021), ou porque seu modelo de negócios tem alta flexibilidade e facilidade de adaptação para a captura de novas fontes para efeitos de rede e geração de receita, mudando o foco do serviço, por exemplo, para o aluguel de casas de veraneio a grupos familiares (Belleflamme et al., 2021), o *Airbnb* continua atraindo a maior parcela da atenção dos pesquisadores pelo campo de Economia de Compartilhamento, mesmo no contexto pandêmico.

Ainda que de forma menos consistente, chamam a atenção os níveis de acionamento de dois outros grupos no ano de 2020: os *clusters* #4 *collaborative consumption* e #6 *business*

models. O primeiro é formado e por trabalhos, que na sua maioria, avaliam de maneira crítica os impactos (sociais, econômicos, ambientais e políticos) de médio e longo prazo de serviços baseados em plataformas eletrônicas de compartilhamento (Sundararajan, 2016). Ele é caracterizado por abordagens multidisciplinares desenvolvidas a partir de perspectivas no nível macro, com buscas do entendimento de tendências e consequências desse fenômeno de uma forma generalizada. Já o segundo é formado por trabalhos que debatem a pluralidade dos modelos de negócios de economia de compartilhamento em uma perspectiva de análise micro (a partir da firma). A partir desta perspectiva características específicas de diferentes tipos de plataformas de compartilhamento podem ser exploradas (Perren & Kozinets, 2018) para o entendimento de suas potencialidades e vulnerabilidades em tempos de pandemia, ou poderiam ajudar a responder como algumas plataformas de compartilhamento, mais focadas em causas sociais, seriam capazes de aumentar a eficiência assistencial em tempos como estes, respondendo a provocação do estudo recente de Belleflamme et al. (2021).

De certa forma estes dois grupos, tem uma orientação contrária a do cluster #0 *airbnb*, pois eles são generalistas, inclusivos e estudam a pluralidade do fenômeno do compartilhamento eletrônico. Enquanto um foca de dentro e para dentro das organizações (#6 *business models*) e outro de fora ou para fora delas (#4 *collaborative consumption*), ambos complementam uma mesma visão sobre as causas e os efeitos do fenômeno com um todo. É inevitável insinuar que há muito potencial científico por vir destes dois grupos. As maiores provocações, muitas vezes trazidas no formato de perguntas relevantes ainda não respondidas sobre o campo podem ser encontradas em muitos trabalhos que os compõem (ex.: Eckhardt et al., 2019; Frenken & Schor, 2017). E estas respostas parecem ainda mais relevantes agora do que antes.

Este estudo tem como limitação o alcance da base de dados utilizada, ainda ele que esteja focado em artigos de maior valor científico e a base utilizada (*Web of Science*) tem demonstrado consistência em selecioná-los (Waltman, 2016). O método aqui empregado poderia ser replicado com dados compondo as bases consolidadas da *Web of Science* e da *Scopus* para aumentar a sua validade. Seria também recomendável a replicação da análise ao final do ano, para adição do ano 2021 (completo) e a confirmação das tendências mais atualizadas da formação do campo. Poucas pesquisas que evidenciam os efeitos da epidemia em serviços de compartilhamento eletrônico foram publicadas até agora e espera-se que um volume mais relevante sobre o tema emergja no segundo semestre deste ano, dado o tempo necessário para seu desenvolvimento, revisão e aceitação em revistas científicas. Revisões de literatura mais atualizadas do campo em Administração certamente trariam aspectos qualitativos mais ricos para o entendimento dessa evolução.

REFERÊNCIAS

- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH*, 39(4), 881–898.
<https://doi.org/10.1086/666376>
- Belk, R. (2014a). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH*, 67(8), 1595–1600.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Belk, R. (2014b). Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, 18(1), 7–23. <https://doi.org/10.1080/09720073.2014.11891518>

- Belleflamme, P., Li, M., Périlleux, A., & Strowel, A. (2021). How resilient are sharing economy platforms during pandemic times? *LIDAM Discussion Paper CORE*, 16. https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal%3A248995/datastream/PDF_01/view
- Chen, C. (2006). CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(3), 359–377. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/asi.20317>
- Chen, C., Ibekwe-SanJuan, F., & Hou, J. (2010). The structure and dynamics of cocitation clusters: A multiple-perspective cocitation analysis. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(7), 1386–1409. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/asi.21309>
- Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *INTERNATIONAL JOURNAL OF HOSPITALITY MANAGEMENT*, 57, 60–70. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.06.003>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011a). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), 146–166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011b). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382–1402. <https://doi.org/10.1002/asi.21525>
- Constantiou, I., Marton, A., & Tuunainen, V. K. (2017). Four models of sharing economy platforms. *MIS Quarterly Executive*, 16(4), 236–251.
- Eckhardt, G. M., Houston, M. B., Jiang, B., Lamberton, C., Rindfleisch, A., & Zervas, G. (2019). Marketing in the Sharing Economy. *JOURNAL OF MARKETING*, 83(5), 5–27. <https://doi.org/10.1177/0022242919861929>
- Ertz, M., & Leblanc-Proulx, S. (2018). Sustainability in the collaborative economy: A bibliometric analysis reveals emerging interest. *Journal of Cleaner Production*, 196, 1073–1085. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.095>
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hossain, M. (2021). The effect of the Covid-19 on sharing economy activities. *Journal of Cleaner Production*, 280. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124782>
- Kathan, W., Matzler, K., & Veider, V. (2016). The sharing economy: Your business model's friend or foe? *Business Horizons*, 59(6), 663–672. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2016.06.006>

- Klarin, A., & Suseno, Y. (2021). A state-of-the-art review of the sharing economy: Scientometric mapping of the scholarship. *Journal of Business Research*, 126, 250–262. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.063>
- Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012). When is Ours Better than Mine? A Framework for Understanding and Altering Participation in Commercial Sharing Systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109–125. <https://doi.org/10.1509/jm.10.0368>
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *ECOLOGICAL ECONOMICS*, 121, 149–159. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>
- Meho, L. I., & Sugimoto, C. R. (2009). Assessing the scholarly impact of information studies: A tale of two citation databases-Scopus and Web of Science. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(12). <https://doi.org/10.1002/asi.21165>
- Mody, M. A., Hanks, L., & Cheng, M. (2021). Sharing economy research in hospitality and tourism: a critical review using bibliometric analysis, content analysis and a quantitative systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(5), 1711–1745. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2020-1457>
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193–207. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/cb.1512>
- Perren, R., & Kozinets, R. V. (2018). Lateral exchange markets: How social platforms operate in a networked economy. *Journal of Marketing*, 82(1), 20–36. <https://doi.org/10.1509/jm.14.0250>
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing economy. *Business and Information Systems Engineering*, 58(1), 93–99. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0420-2>
- Sánchez-Pérez, M., Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, M. B., & Rueda-López, N. (2021). 40 years of sharing economy research: An intellectual and cognitive structures analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102856>
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy*. The MIT Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1c2cqh3>
- Trenz, M., Frey, A., & Veit, D. (2018). Disentangling the facets of sharing: A categorization of what we know and don't know about the Sharing Economy. *INTERNET RESEARCH*, 28(4), 888–925. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2017-0441>
- van Astyne, M. W., Parker, G. G., & Choudary, S. P. (2016). Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. *Harvard Business Review*, 94(4). <https://hbr.org/2016/04/pipelines-platforms-and-the-new-rules-of-strategy>
- Waltman, L. (2016). A review of the literature on citation impact indicators. *Journal of Informetrics*, 10(2), 365–391. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2016.02.007>
- Zhang, Y., Pinkse, J., & McMeekin, A. (2020). The governance practices of sharing

platforms: Unpacking the interplay between social bonds and economic transactions.
Technological Forecasting and Social Change, 158.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120133>

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization.
Organizational Research Methods, 18(3). <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>