

PANORAMA DAS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS INTERNACIONAIS SOBRE ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO

*OVERVIEW OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC PUBLICATIONS ON SHARING ECONOMY AND
COLLABORATIVE CONSUMPTION*

Stephanne Storolli Cintra
Graduada em Administração pela Fundação Hermínio Ometto | FHO
stephannecintra@gmail.com

Amanda Peixoto Lacerda
Graduada em Administração pela Fundação Hermínio Ometto | FHO
amandapeixotolacerda@hotmail.com

Lilian Carolina Viana
Doutoranda em Administração pela
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) – FCA
liliancviana@gmail.com

Lucas Silvestre de Carvalho
Doutorando em Administração pela
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) – FCA
lsc1349@yahoo.com.br

Diogo de Siqueira Camargo Vasconcelos
Doutor em Administração pela
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) – FCA
diogo.scv@gmail.com

Aprovado em 05/2022

Resumo

O consumo colaborativo é uma opção de não propriedade de produtos ou serviços que altera as dinâmicas de compra, também chamado de economia compartilhada atrai consumidores, novos negócios e estudos na área. O objetivo deste artigo foi mapear as publicações científicas sobre economia compartilhada e consumo colaborativo e elencar os principais autores, países, redes de citações, cocitações e principais revistas. Dessa forma, foi realizada uma revisão sistemática de literatura na base Scopus e os dados analisados pelo software VosViewer®. Verificou-se que as publicações iniciaram a cerca de 10 anos, destacam-se países como os Estados Unidos, o Reino Unido e a Espanha como expoentes e, quanto as revistas, aponta-se Sustainability e Journal of Cleaner Production com mais publicações. Nas análises realizadas de coautoria, os achados indicaram poucos autores e poucas redes entre eles formadas, mostrando que a temática requer maior aprofundamento visto seu potencial verificado pelas redes que se formam timidamente.

Palavras-chave: Consumo Colaborativo. Economia Compartilhada. VOSviewer. Redes de Co-autoria.

Abstract

Collaborative consumption is a non-ownership option for products or services that changes the dynamics of purchase, also known as sharing economy attract consumers, new businesses and studies in the area. The purpose of this article was to map scientific publications on sharing economy and collaborative consumption and list the main authors, countries, citation networks, co citations and main journals. Thus, a systematic literature review was carried out on the Scopus database and analyzed by the VosViewer® software. It was found that the publications started about 10 years ago stand out countries such as the United States, the United Kingdom and Spain as exponents and, as for the journals, Sustainability and Journal of Cleaner Production with more publications are pointed out. In the co-authorship analyzes, the findings indicated few authors and few networks among them formed, showed that the theme requires further deepening given its potential verified by the networks that are formed timidly.

Keywords: Collaborative Consumption. Sharing Economy. VOSviewer. Co-authorship Networks.

INTRODUÇÃO

Uma nova tendência de consumo surgiu para suprir as necessidades dos consumidores de forma prática, o consumo colaborativo é uma opção aos modos de não propriedade de produtos e serviços. Fala-se demasiadamente em consumo materialista em que a individualização do ser humano predomina, porém, ainda existe a necessidade de convívio em grupos, grupos estes que estão cada vez mais concentrados em mídias sociais (MONT, 2004). É nas plataformas digitais que acontece o amplo compartilhamento de informações e, também onde o consumo colaborativo mais ocorre.

De acordo com Bradshaw e Brook (2014), pesquisas apontam que em poucos anos será temerário o alto nível de consumo se levarem em consideração a quantidade de recursos acessíveis. Por essa razão, deve-se pesquisar mais sobre o tema de compartilhamento na construção de um mundo que caminha para maior consciência sobre o dividir e fatores de sustentabilidade.

Segundo Botsman e Rogers (2011) essa nova forma de consumo não tem a ver com um compartilhamento condicionado e gentil, longe disso, o consumo colaborativo coloca em vigor um complexo em que as pessoas compartilham sem perder o que lhes apetece e sem trocar seus estilos de vida. Nessa tendência de consumo se paga pela utilização de um produto ou serviço, mas não precisa adquiri-lo, podendo utilizar de acessórios de vestimenta, ferramentas industriais, bicicletas, carros e até casas sem ter que comprá-los efetivamente. Paga-se pelo tempo de permanência e, posteriormente devolve-os, a fim de que outras pessoas possam usufruir.

Portanto, o consumo colaborativo surge como alternativa para o problema da obtenção desenfreada, também chamada de hiperconsumo, no qual as pessoas acabam consumindo sem objetivos, apenas pelo costume ou hábito de consumir, tornando-se compulsivas e gastadoras, comprando cada vez mais sem necessidade (COLOMBO, 2012). Assim, a economia está se reformulando para a prática do compartilhamento e de um consumo mais consciente e colaborativo.

Diversas são as iniciativas que fazem parte do consumo colaborativo, tais como empresas que oferecem serviço de carro compartilhado como a ZipCar; empresas que por meio de aplicativos fazem buscas por motoristas e suas localizações como a Uber; sites que anunciam hospedagens como o Airbnb; site de intercâmbio de hospitalidade como CouchSurfing. Além dessas

existem outras iniciativas como o coworking que, de acordo com Moriset (2014), é um ambiente de trabalho voltado a diferentes profissões, tendo como foco o compartilhamento espacial. Refere-se a um formato no qual diversas empresas ou profissionais liberais dividem um mesmo local, buscando primeiramente a divisão dos gastos com a área.

Quanto aos estudos, percebe-se iniciativas de investigação quanto ao modelo de negócio (COHEN; KIETZMANN, 2014), regulamentação (MARTINS; RIBEIRO, 2016), perspectiva do consumidor (BARDHI; ECKHARDT, 2012; ALBINSSON; PERERA, 2012), percepção não só de usuários, mas também das organizações (MAURER et al., 2015), só para citar alguns. Quanto ao resgate dos estudos, percebe-se iniciativas de Cheng (2016), Silveira, Petrini e Santos (2016) e, especificamente Lima e Carlos Filho (2019), estudo este que serviu de base para o presente artigo.

Dessa maneira, considera-se de suma importância compreender melhor sobre este novo tipo de consumo que muitas pessoas já praticam. De acordo com Maurer et al. (2015), apesar do consumo colaborativo estar em processo inicial, existe um cenário promissor para o crescimento das práticas de compartilhamento. Assim, o presente artigo guia-se por saber qual o panorama das publicações científicas internacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo?

Para tanto, o objetivo é mapear as publicações científicas sobre economia compartilhada e consumo colaborativo na base Scopus de forma a elencar os principais autores, países, redes de citações, cocitações e principais revistas. A pesquisa realizada na referida base foi analisada pelo software Vosviewer® onde as redes que cada autor e artigo compõem são formadas quando citam um ao outro. Por meio dessas redes, pode-

se compreender mais sobre o tema e verificar os resultados obtidos.

Para elucidar o presente artigo, abordou-se um referencial teórico sobre economia compartilhada e consumo colaborativo, posteriormente, informou-se na metodologia os principais passos seguidos para a pesquisa, apresentou-se as análises e resultados, finalizando com as considerações e referências utilizadas.

ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO

O termo economia compartilhada foi citado pela primeira vez em 2008, pelo professor Lawrence Lessig da Universidade de Harvard, e faz referência ao consumo colaborativo realizado nas atividades de trocas, aluguéis, sem que seja exigido a aquisição destes (FERREIRA et al., 2016).

A economia compartilhada, também conhecida como economia mesh (GANSKY, 2010), vem criando base concreta em diversos setores da economia mundial e obtendo mais atuação em mercados antes dominados por apenas algumas empresas. Desde o compartilhamento em plataformas musicais à hospedagem, esse efeito explica-se não só pelos preços menores vistos na economia compartilhada, mas, especialmente pela conveniência e facilidade dos serviços concedidos que, além de utilizarem plataformas digitais seguras, trabalham com mercados de redistribuição, ou seja, realocam bens inativos, que são transferidos de locais onde não têm mais utilidade para outros onde possuem (MENDES; CEROY, 2015).

Essa economia teve início na década de 1990, nos Estados Unidos, impulsionada pelos avanços tecnológicos que permitiram a diminuição dos custos de algumas transações on-line (SHIRKY, 2012), algumas delas tendo um formato de

comunicação em que o próprio usuário conectado realiza a função de servidor e de cliente, faz suas escolhas e as finaliza. Tais transações propiciaram a criação de atuais modelos de negócio fundamentados na troca e no compartilhamento de bens e serviços entre indivíduos desconhecidos (SCHOR, 2016).

Em oposição ao modelo tradicional, o consumo na economia compartilhada fundamenta-se nas pessoas que trabalham de modo colaborativo, partilham ideias e práticas, o que acarretam interações, promoções e vendas de mercadorias de modo solidário (BOTSMAN; ROGERS, 2011). As consequências dessa nova orientação no consumo podem não ser tão favoráveis para as indústrias convencionais, já que elas teriam que mudar suas formas comerciais, na produção e até no sistema de emprego (BOESLER, 2013) para oferecer serviços mais duradouros e confiáveis do que os ofertados pelos concorrentes da economia compartilhada (CUSUMANO, 2015).

O consumo colaborativo (BOTSMAN; ROGERS, 2011) é uma nova forma de consumo que se amplia por meio de novas organizações e novos modelos de negócio, focando no compartilhamento. É classificado como um sistema socioeconômico criado em torno do compartilhamento de recursos humanos e físicos (GANSKY, 2010), fazendo a união entre as TICs (Tecnologias de Informação de Comunicação) atuais e o consumo (JOHN, 2013). John (2013) deixa claro o quanto a propensão de compartilhar online (sendo também comunicação) influencia o compartilhamento offline (sendo um tipo de distribuição).

Embora haja uma variedade de entendimentos sobre sustentabilidade e consumo, em reação às políticas estabelecidas, visões utópicas sobre uma boa vida, divergências de entendimento tecnológico, os padrões de compra já vêm sofrendo um reajuste, onde se passa a ter uma

contenção no consumo (COOPER et al., 2012). Neste sentido, as pessoas estão consumindo menos e reaprendendo a dividir com a sociedade e compartilhar seus recursos. Mas o compartilhamento e a colaboração estão mudando a sua forma e sendo feitos de maneira nunca vista antes, criando uma nova cultura do “o que é meu, é seu” (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

Consumo colaborativo, o qual se identifica como uma explosão nas formas comuns de troca citado por Botsman e Rogers (2011), passou a ser utilizado academicamente em 2011. Segundo estes autores, é uma maneira de acomodar os desejos e as necessidades dos consumidores de uma forma mais sustentável e chamativa com pouco ônus para a pessoa. Cada vez mais se reinventando por meio das tecnologias de rede e se desenvolvendo aceleradamente, o que está relacionado a internet e colaborou para o contato e a interação entre as empresas, pessoas, grupo e interesses, de uma forma facilitada.

Emergiram diferentes tipos de negócios embasados na ideia de empréstimo, troca ou compartilhamento, os quais favorecem o consumo e evitam a crescente produção, uma junção do crescimento econômico com sustentabilidade ambiental e social, o qual almeja o potencial de produzir variadas formas de organização e concorrência, bem como mudar ou refinar os modelos já presentes (FREITAS; PETRINI; SILVEIRA, 2016). Essa mudança na forma de consumo tem causado grandes mudanças em diversos setores da economia e mudado os modelos de consumo da sociedade (MENDES; CEROY, 2015). Em vista disso, segundo Delai e Takahashi (2013) o consumo colaborativo está interligado ao consumo consciente, tornando-se um fragmento no estudo do desenvolvimento sustentável.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia utilizada no presente trabalho é uma revisão sistemática de literatura. O objetivo da revisão sistemática para Tranfield, Denyer e Smart (2003) é proporcionar insights gerais nos campos de pesquisa por meio de síntese. Dessa forma, os acadêmicos obtêm ganhos metodológicos e profissionais de mercado ganham amparo de um conhecimento mais confiável.

Adiciona-se ainda a perspectiva de uma pesquisa descritiva qualitativa, uma vez que seu objetivo é descrever as características de uma população, um fenômeno ou experiência para o estudo realizado.

O primeiro passo da pesquisa foi por meio da base Scopus, trata-se do maior banco de dados de resumos e citações da literatura com revisão por pares: revistas científicas, livros, processos de congressos e publicações do setor. Oferecendo um panorama abrangente da produção de pesquisas do mundo nas áreas de ciência, tecnologia, medicina, ciências sociais, artes e humanidades (SCOPUS, 2019).

A partir da revisão de literatura pela base Scopus foi elaborada uma análise de dados obtidos pelo software VosViewer®, visando apresentar um panorama geral de publicações sobre o tema em questão na base Scopus e elencar os principais autores, países, redes de citações, cocitações e principais revistas.

O acesso à base foi realizado em setembro de 2019, a busca foi feita no título do artigo, resumo e palavras-chave. As palavras-chave usadas foram “sharing economy”, “collaborative consumption” e “collaborative economy” escolhidas como os principais termos de busca consultados nos bancos de dados, o uso de outros termos não aumentam as amostras, segundo Lima e Carlos Filho (2019).

Dessa forma, seguiu a sistemática exposta para os termos de busca de acordo com o Quadro 1. Para o termo Sharing Economy na primeira busca encontrou-se 6474 trabalhos, a partir disso, refinou-se por tipo de documento: artigo, keyword: sharing economy e estágio de publicação final, ficando com 564 artigos. Ainda foi necessário excluir os arquivos que não possuíam DOI (Identificador de Objeto Digital), devido a leitura do software, finalizando em 532.

Na busca de Collaborative Consumption encontrou-se 3360, refinada a busca com: artigo; keyword: collaborative consumption e estágio de publicação final, encontrou-se 143 artigos e, excluindo arquivos com erro no DOI, finalizou em 136. Por fim, para o termo Collaborative Economy primeiramente foi encontrado 3077 documentos, refinado artigo, keyword: collaborative economy e estágio de publicação final, passou para 64 e excluindo os erros, foram analisados 53 artigos. Número menor justificado devido às palavras-chave anteriores que se combinam e, acabam repetindo muitos dos estudos nesta última.

Finalizando as amostras, o estudo foi realizado em dois tópicos, que regem como os resultados são apresentados e discutidos. O primeiro teve como propósito mapear os dados bibliográficos das amostras coletadas pela base Scopus: os autores, trabalhos e revistas de maior destaque e países foram analisados. O segundo tópico, foi elaborado a partir do software VOSviewer®, versão 1.6.13, que tem como objetivo a análise de dados bibliométricos e informações sociométricas das amostras colhidas na Scopus, propiciando o mapeamento das redes de coautoria e cocitação.

De acordo com Eck e Waltman (2014) a concepção de redes bibliométricas e sociométricas é realizada usando uma das três abordagens básicas: abordagens à distância, gráficos e cronograma. No caso do presente artigo a abordagem será à distância, pois o

<i>Passos de busca</i>	TERMO PESQUISADO		
	<i>Sharing Economy</i>	<i>Collaborative Consumption</i>	<i>Collaborative Economy</i>
1º passo	Na base Scopus foi usado a palavra-chave = 6474 resultados.	Na base Scopus foi usado a palavra-chave = 3360 documentos.	Na base Scopus foi usado a palavra-chave = 3077 documentos.
2º passo	Filtros: artigo, <i>keyword: sharing economy</i> e estágio de publicação final = 564 resultados.	Filtros: artigo, <i>keyword: sharing economy</i> e estágio de publicação final = 143 artigos.	Filtros: artigo, <i>keyword: collaborative economy</i> e estágio de publicação final = 64 artigos.
3º passo	Retirados os arquivos com erro nos DOI's.	Retirados os arquivos com erro nos DOI's.	Retirados os arquivos com erro nos DOI's.
4º passo	Foram analisados no VosViewer® 532 artigos.	Foram analisados no VosViewer® 136 artigos.	Foram analisados no VosViewer® 53 artigos.

Quadro 1 – Passos para os termos pesquisados

Fonte: Elaborado pelos autores.

software VosViewer® mostra que uma rede bibliométrica é definida pela distância entre os pontos. Para colocar os pontos ou os chamados “nós” na rede, o VosViewer® faz uso da visualização de semelhanças, através de técnica de mapeamento, onde o cálculo leva em conta a força da associação ou índice de proximidade ou índice de afinidade probabilístico.

RESULTADOS E ANÁLISE

Este tópico discute a princípio os resultados gerais obtidos após uma análise de todos os artigos da amostra. O estudo avançou em comparação com outros trabalhos bibliométricos sobre o assunto, principalmente com o de Lima e Carlos Filho (2019).

ANÁLISE DESCRITIVA DAS PUBLICAÇÕES

Os dados obtidos por meio da base Scopus permitem uma análise com base nos artigos publicados por ano. A figura 1 demonstra a quantidade de artigos publicados por ano, em relação aos temas de busca, Consumo Colaborativo (*collaborative consumption*), Economia Compartilhada (*sharing economy*) e Economia Colaborativa (*collaborative economy*), tendo como base informações obtidas pela plataforma.

Ao analisar os resultados para consumo colaborativo, a primeira publicação se deu em 2012, com apenas duas publicações. Também houve um aumento das publicações, não na mesma frequência que economia compartilhada, com destaque para o ano de 2018 com um total

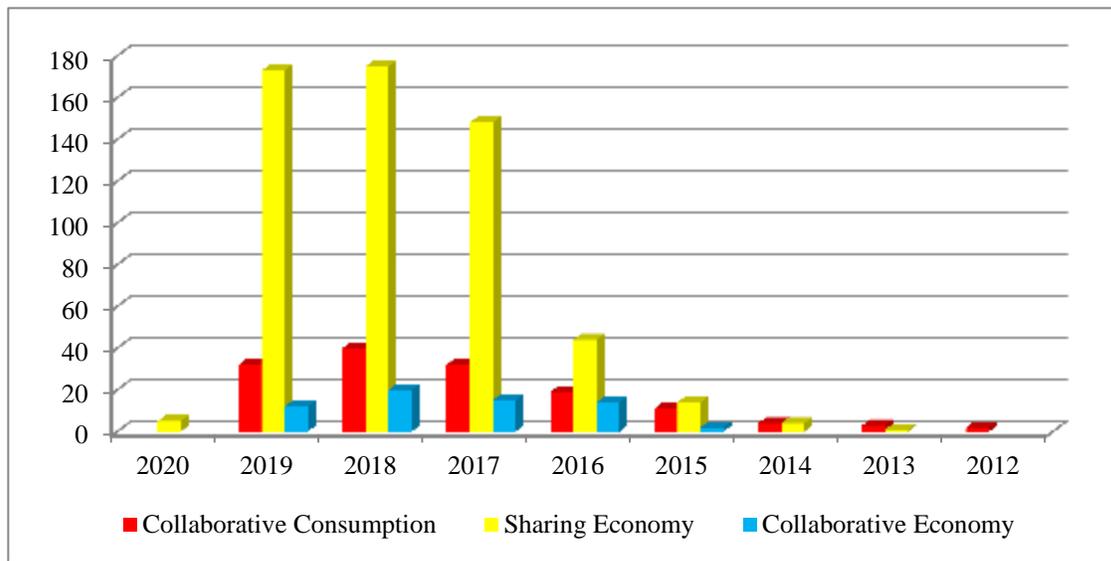


Figura 1 - Artigos publicados por ano

Fonte: Elaborado pelos autores.

de 40 artigos publicados. Quanto ao termo economia compartilhada devido a maior frequência, nota-se que em 2013 apareceu pela primeira vez, com apenas um artigo publicado e, com o decorrer dos anos o estudo e interesse relacionado ao termo foi ampliado, com pico das publicações no ano de 2018. Observa-se ainda que, o número de artigos publicados referente ao termo economia colaborativa encontra-se reduzido, muito se deve ao fato de ser um termo que é a junção entre os dois anteriores, tendo também o ano de 2018 em evidência com 20 artigos publicados.

É importante apontar o ano de 2018 como destaque para o crescimento das publicações com os três termos, já que a pesquisa de Lima e Carlos Filho (2019) com dados coletados em janeiro de 2017, apontava o ano de 2016 como o mais relevante até então.

Dessa forma, percebe-se na Figura 1 que sobressai o segundo termo relacionado anteriormente, economia compartilhada (*sharing economy*), com o maior número de publicações entre os anos de 2015 a 2019. Em 2018 foi o ano que mais teve publicações acerca do tema, 175 artigos. Isso pode ser explicado pelo tema abarcar várias perspectivas que vão além do consumo, de acordo com Ertz e Leblanc-Proulx (2018), as pesquisas podem se concentrar em modelos de negócios, o compartilhamento em si, o efeito da comunidade, plataformas específicas (Airbnb e Uber, por exemplo), e outros com foco mais abrangentes.

Sobre as principais revistas, de acordo com os resultados na base Scopus, foram encontrados 159, destaca-se o *journal Sustainability Switzerland* com 37 publicações, que equivalem a 8,35% do total, sendo considerado por meio da análise, a revista com maior destaque, como apontado no quadro 2.

<u>Collaborative Consumption</u>		<u>Sharing Economy</u>		<u>Collaborative Economy</u>	
<u><i>Sustainability</i></u>	<u>37</u>	<u><i>Journal of Cleaner Production</i></u>	<u>13</u>	<u><i>Journal of Cleaner Production</i></u>	<u>5</u>
<u><i>Journal of Cleaner Production</i></u>	<u>28</u>	<u><i>Sustainability</i></u>	<u>10</u>	<u><i>Ciriec Journal of Public, Social and Cooperative Economy</i></u>	<u>3</u>
<u><i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i></u>	<u>20</u>	<u><i>Technological Forecasting and Social Change</i></u>	<u>6</u>	<u><i>Journal of Communication Management</i></u>	<u>3</u>
<u><i>International Journal of Hospitality Management</i></u>	<u>19</u>	<u><i>Journal of Business Research</i></u>	<u>5</u>	<u><i>Sociologia Del Lavoro</i></u>	<u>3</u>
<u><i>Tourism Management</i></u>	<u>12</u>	<u><i>Journal of Fashion Marketing and Management</i></u>	<u>5</u>	<u><i>Ecological Economics</i></u>	<u>2</u>

Quadro 2 – Principais Revistas por Palavras-chave buscadas.

Fonte: Elaborado pelos autores.

O *journal Sustainability Switzerland* ainda destaca-se nos resultados para as publicações com a palavra-chave Economia Compartilhada, como o segundo com mais publicações. Outra revista que tem destaque e aparece nos resultados das três palavras-chave é o *Journal of Cleaner Production* ficando em primeiro para Economia Compartilhada e Economia Colaborativa e, segundo lugar para Consumo Colaborativo, quando se trata da quantidade de publicações sobre os temas, mostra-se um *journal* que investe e promove esse tipo de temática, de acordo com o quadro 2.

Aponta-se aqui que, comparado aos achados de Lima e Carlos Filho (2019), houve um expressivo aumento nas publicações por periódicos, já que os autores durante o período analisado, encontraram dois ou mais artigos publicados em 11 periódicos, que representavam 32 artigos. Além disso, o *Journal of Cleaner Production* a revista com mais publicações encontradas por eles havia publicado apenas seis trabalhos.

Contudo, algo que ainda se repete nesta pesquisa e na citada anteriormente é a dispersão das publicações.

Dentre os autores citados na base Scopus, percebe-se que a quantidade de artigos sobre os temas por autor é muito baixa e dispersa. Karen Xie é a autora que se destaca quando o tema é economia compartilhada com oito artigos. Com o termo consumo colaborativo o autor de referência é Chris J. Martin, com quatro artigos. Por ser um tema que faz junção de outros termos mais conhecidos a Economia Colaborativa conta com cinco autores sendo eles: Davide Arcidiacono, Tom Dedeurwaerdere, Myriam Ertz, Szilvia Gyimóthy e Chris J. Martin, com dois artigos cada um sobre o tema, isso demonstra certa carência na exploração do tema nas publicações. Destaca-se o autor Chris J. Martin que aparece em dois temas diferentes, mostrando assim o quanto eles se relacionam, e já aparecia em Lima e Carlos Filho (2019).

COLLABORATIVE CONSUMPTION

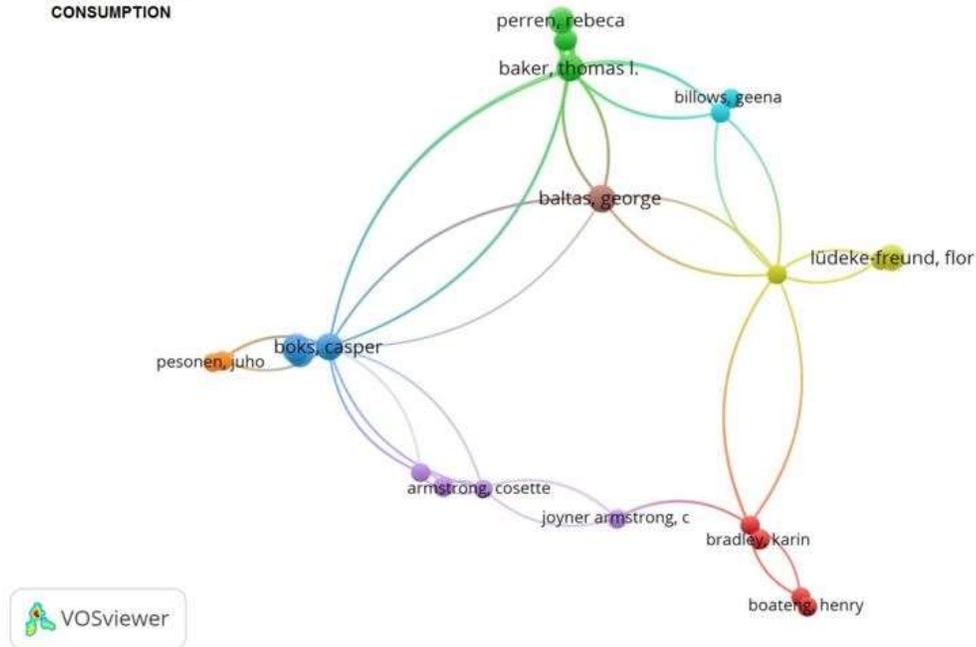


Figura 2 - Rede de *Collaborative Consumption* de citações por autores.

Fonte: Elaborado pelos autores com dados do Scopus (2019).

Os dados obtidos mostram que países desenvolvidos lideram o *ranking* acerca dos três temas. Os Estados Unidos lideram com 135 artigos publicados, que equivalem a 17,20% do total acerca de Economia Compartilhada. Sobre Consumo Colaborativo, os Estados Unidos também lideram com 28 artigos, seguido do Reino Unido com 20. Em Economia Colaborativa a Espanha conta com 14 artigos publicados. Neste ponto, Ertz e Leblanc-Proulx (2018) já demonstraram o quanto a América do Norte e a Europa são dois grandes centros na produção de conhecimento sobre economia colaborativa.

ANÁLISES DE REDE

Na rede da figura 2 para o termo *Collaborative Consumption* pode-se observar o resultado das citações por autores, o critério usado foi de no mínimo um documento por autor e de uma

citação do mesmo. Dos 211 autores, resultou em uma rede de 168 em que apenas 68 deles se conectam, em comparação ao estudo realizado em 2017 por Lima e Carlos Filho (2019) com os três termos, obtiveram 181 autores que 53 se conectavam, observa-se ao longo desses dois anos um percentual a mais de 14,21% de autores falando sobre o tema, as redes de conexão aumentaram em 22,06%. Esse aumento da porcentagem se deu por conta de os autores estarem se relacionando e citando uns aos outros cada vez mais com o passar dos anos.

Segundo Maurer et al. (2015) os resultados sugerem que apesar do consumo colaborativo estar em processo inicial, existe um cenário promissor para o crescimento das práticas de compartilhamento e, pode-se verificar que as redes se formam de maneira tímida ainda, porém, já existem, provando que o tema e os autores têm começado a se conectar.

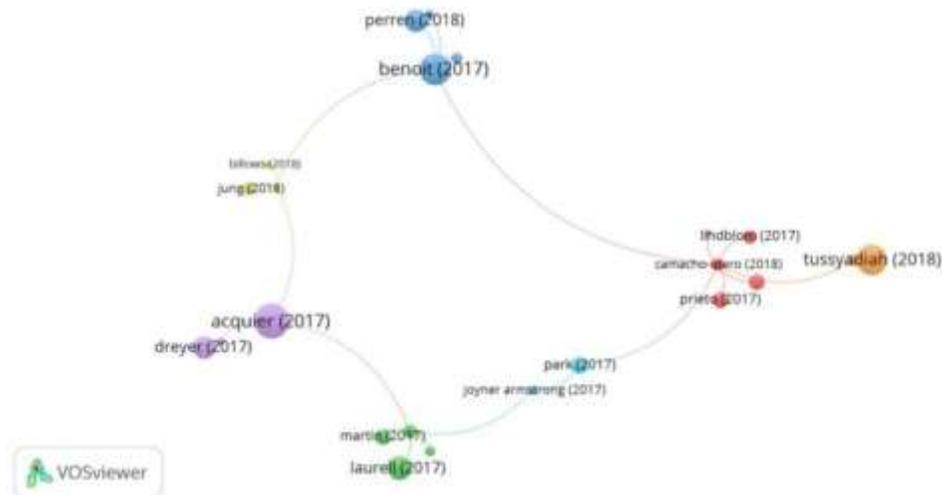


Figura 3 - Rede de *Collaborative Consumption* de citações em artigos.

Fonte: Elaborado pelos autores com dados do Scopus (2019).

Na figura 3 para *Collaborative Consumption* o resultado das citações em artigos, teve o critério aplicado de no mínimo um documento por autor e de duas citações do mesmo. De 83 artigos, resultou em uma rede de 55 em que apenas 23 deles se conectam. Porém, as linhas de ligações entre os pontos são mais finas do que observado na figura 2, demonstrando que as ligações de citações em artigos entre esses autores ainda são menores e mais recentes.

Um dos artigos em destaque é o de Tussyadiah e Pesonen (2018) que aborda o consumo colaborativo no turismo e hotelaria; já Acquier, Daudigeos e Pinkse (2017) analisam a natureza paradoxal do conceito de economia compartilhada; Benoit et al. (2017) por sua vez, apresentam e analisam três critérios para a caracterização do consumo colaborativo: clientes, prestadores de serviços e provedores de plataforma; Laurell e Sandström (2017) mais específicos em sua pesquisa, acompanharam a formação da economia compartilhada na Suécia, atores e impacto; e, Park e Armstrong (2017) sob

uma base teórica apresentaram uma estrutura conceitual sobre o consumo colaborativo para o vestuário.

Na figura 4 pode-se observar o resultado das citações por autores para a palavra *Sharing Economy*, o critério usado foi de no mínimo um documento por autor e de uma citação do mesmo. De 109 autores, resultou em uma rede em que apenas oito deles se conectam, o que demonstra ainda mais dispersão já apontada e também citada por Lima e Carlos Filho (2019), em que poucos autores tinham alguma conexão entre eles. Os trabalhos atrelados dos autores tratam de uma escala que avalia as percepções dos consumidores sobre a qualidade do serviço em um modelo de consumo colaborativo (MARIMON *et al.*, 2019). E o outro desenvolve uma escala para medir a qualidade percebida de clientes em sites que possuem informações sobre compartilhamento de serviços econômicos (CRISTOBAL-FRANSI *et al.*, 2019).

Para o termo *Sharing Economy* foi usado o critério de citações em artigos que, de 83 autores mais

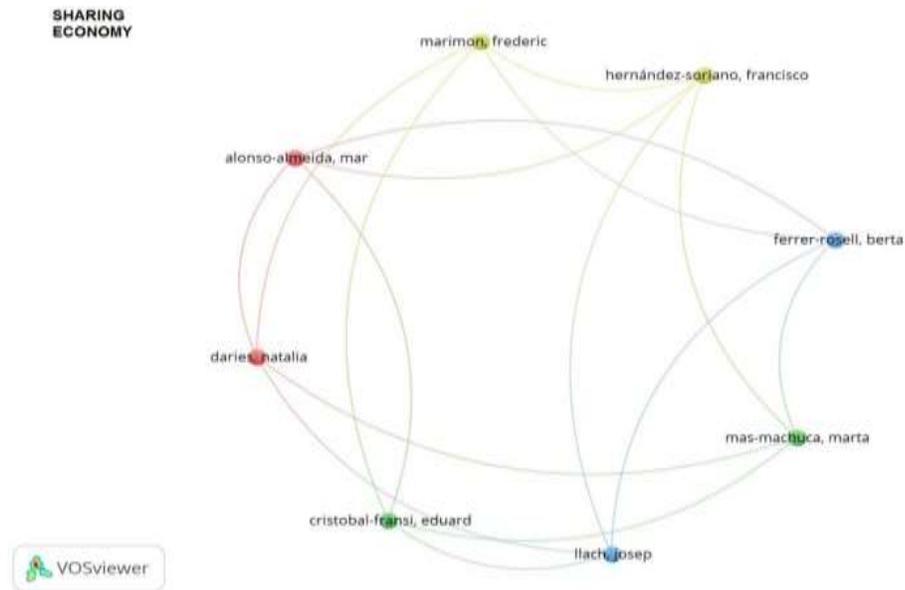


Figura 4 - Rede de *Sharing Economy* de citações de autores.

Fonte: Elaborado pelos autores com dados do Scopus (2019).

citados, 40 tinham mais proximidade, porém, como mostra a figura 5, eles não formam uma rede sociométrica, estão dispersos, mas se mostram um grupo próximo de formar redes, mais especificamente um cluster.

O tamanho dos pontos na figura 5 indica a quantidade de documentos que cada autor tinha na amostra, destacam-se os autores Benjaafar et al. (2019) com um trabalho que descreve um modelo de equilíbrio de compartilhamento de produtos peer-to-peer. Destaca-se ainda Choi e He (2019) também pesquisaram produtos peer-to-peer, mas aplicado a produtos de moda. Já Cheng e Edwards (2019) focam no turismo e hospitalidade. E, Zhang, Gu e Jahromi (2019) focaram em identificar uma proposta de valor ao cliente em um modelo de negócios da economia compartilhada.

Na figura 6, para *Collaborative Economy* foi usado o critério de análise de autores, que falam entre si, sendo assim, mesmo com todos os artigos analisados apenas sete formaram uma rede. Esse grupo pequeno se explica devido as palavras-chave desse tema ser uma junção de *Collaborative Consumption* e *Sharing Economy*, anteriormente descritas. Dessa forma, os artigos ficam mais concentrados nos dois termos maiores, que são mais conhecidos.

No centro da rede (figura 6) se encontra Szilvia Gyimóthy com dois artigos sobre *Collaborative Economy*, além deste tema, percebe-se que a autora explora como tema de pesquisa principal o turismo. E pela rede, é citada pelos outros autores componentes Jane W. Meged, Amber Ronteltap, Maarten Ter Huurne, Vicent Buskens e Rense Corten.

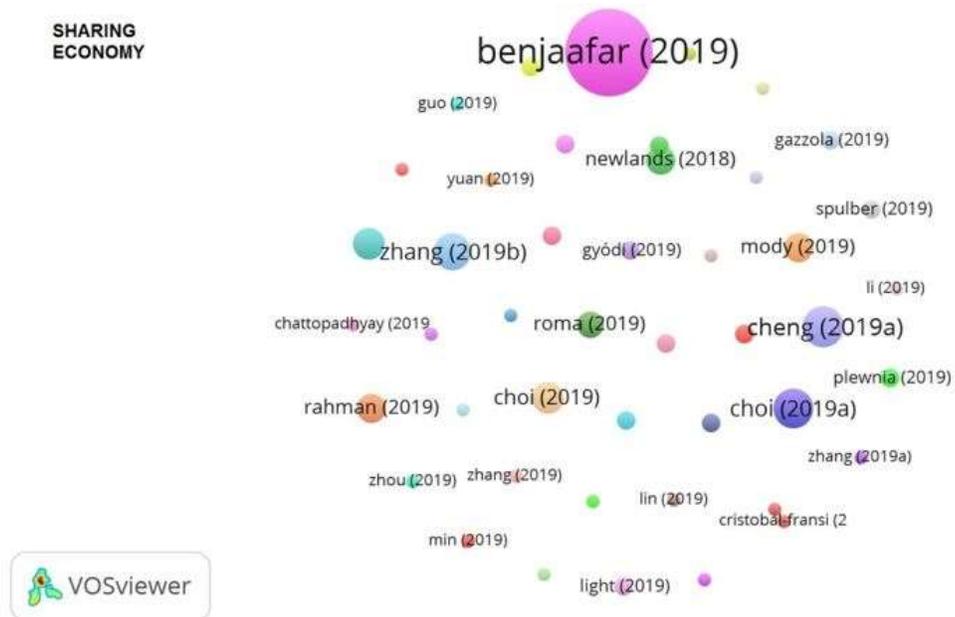


Figura 5 - Rede de *Sharing Economy* para citações em artigos.

Fonte: Elaborado pelos autores com dados do Scopus (2019).

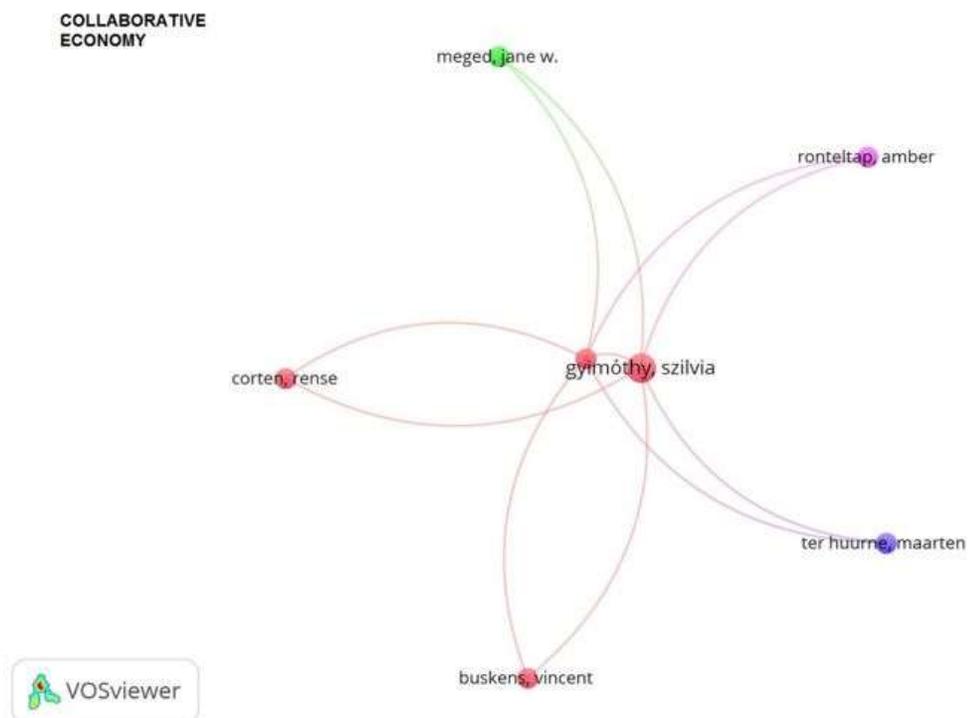


Figura 6 - Rede de *Collaborative Economy* de citações de autores.

Fonte: Elaborado pelos autores com dados do Scopus (2019).

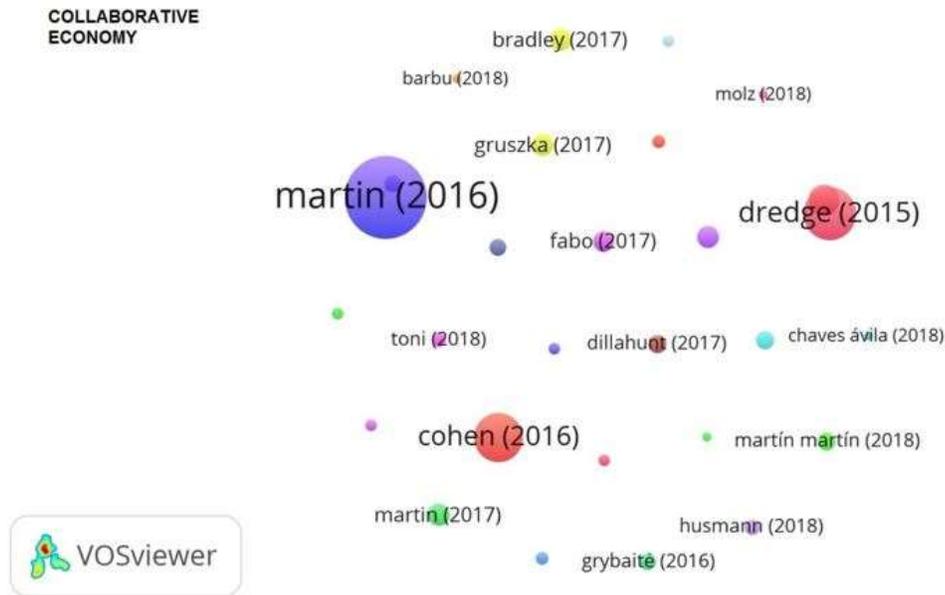


Figura 7 - Rede de *Collaborative Economy* para citações em artigos.

Fonte: Elaborado pelos autores com dados do Scopus (2019).

Na figura 7 para a palavra-chave *Collaborative Economy*, foi usado mais uma vez o critério de citações em artigos, dos 51 artigos com dados similares, apenas 28 ficaram próximos, porém, não formaram rede alguma, o que mostra o quanto os dados ainda encontram-se dispersos. De qualquer forma, o cluster está próximo de Martin (2016), que se destaca pelo tamanho do ponto, autor muito falado neste artigo devido aos vários resultados de destaque acerca de seus estudos. No cluster (figura 7) ainda nota-se Dredge e Gyimóthy (2015) com trabalho na perspectiva do turismo e, Cohen, Almirall e Chesbrough (2016) com análises de economia colaborativa nas cidades.

Na figura 8 pode-se observar a junção entre as três palavras-chave, quando são analisadas pelo Software VosViewer®, suas cocitações mostram que dos 588 autores, 18 tinham cocitações e apenas sete se conectaram formando uma rede. Desses 7, Chris J. Martin já foi citado acima nas análises indo ao encontro do estudo de Lima e Carlos Filho (2019) em 2017. Chris J. Martin já estava em posição de destaque com três artigos publicados, comparando com dados obtidos em 2019, ele continua realizando mais estudos acerca dos temas e se sobressaindo. Rachel Botsman e Russell Belk citados no presente artigo, fazem parte dessa rede, vale ressaltar a importância destes autores para a produção científica, uma vez que eles aparecem nas pesquisas tanto na

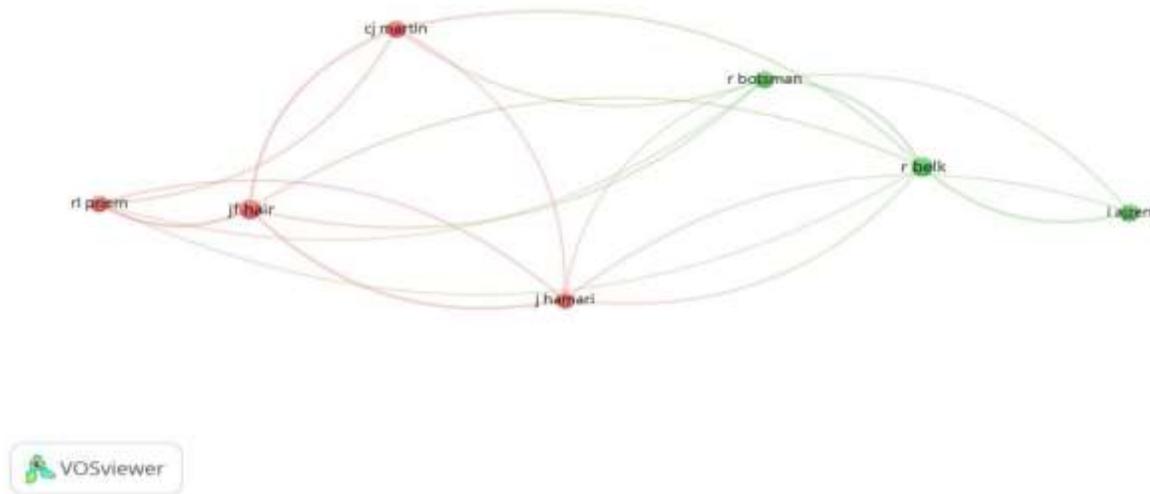


Figura 8 - Rede de *Collaborative Consumption, Sharing Economy e Collaborative Economy*: cocitações de autores.

Fonte: Elaborado pelos autores com dados do Scopus (2019).

amostra deste estudo quanto nas referências citadas pelos trabalhos desta amostra.

Dentro desta rede também se encontra Juho Hamari, muito conhecido com várias publicações acerca de gamificação e estudos de jogos, já Richard L. Priem é citado nas publicações devido a seus trabalhos que visam o ponto de vista do consumidor e, Joseph F. Hair por suas pesquisas sobre marketing e análise multivariada de dados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo mapear as publicações científicas internacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo focado base Scopus, isso permitiu reconhecer os principais pesquisadores no campo, bem como, os aspectos internacionais de pesquisa no consumo colaborativo como países, redes de citações, cocitações e principais revistas. A escolha da abordagem deste estudo foi capaz de

complementar pesquisas recentes, principalmente de Lima e Carlos Filho (2019).

Como principais resultados verificou-se que as publicações despontaram no ano de 2012 a cerca do consumo colaborativo e, o ano de 2018 destacou-se como o mais produtivo para a área. Como principais autores, primeiramente, contatou-se uma quantidade de artigos sobre os temas por autor muito baixa e dispersa, chamando a atenção Chris J. Martin. Quanto aos países, destacou-se Estados Unidos e Reino Unido, surpreendendo como resultado a Espanha com 14 artigos publicados. Dentre as revistas científicas aponta-se Sustainability Switzerland e Journal of Cleaner Production com mais publicações, porém, verifica-se que as revistas têm aceitado cada vez mais publicações com a temática em questão.

Com o suporte do VosViewer® as análises realizadas de coautoria, exibiram um vasto número de clusters para os termos buscados, cada um havendo poucos autores e poucas redes entre eles formadas, demonstrando mais uma vez

as dispersões de citações e cocitações no banco de dados. Ainda assim, observou-se um percentual de 14,21% a mais de autores falando sobre o tema, as redes de conexão aumentaram em 22,06% em relação a (LIMA; CARLOS FILHO, 2019).

As limitações encontradas neste artigo foram de usar apenas a base de dados Scopus, não ter oportunidade para linkar com outras áreas de estudo, usar apenas três palavras-chave específicas sendo que a economia compartilhada pode ter outros nomes como economia mesh (GANSKY, 2010), gig economy, dentre outros.

A evolução histórica da economia compartilhada mostrou que esse tema aponta uma necessidade de aprofundamento no estudo. Isso propõe uma oportunidade para acentuar os estudos nesse campo integrando estudos quantitativos, a medida que o conhecimento sobre o fenômeno está se consolidando na academia. Sugere-se ainda que as próximas pesquisas ocorram em países emergentes e de outras culturas, por observar nos resultados a carência de estudos que explorem tal particularidade.

REFERÊNCIAS

- ACQUIER, A.; DAUDIGEOS, T.; PINKSE, J. Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, [S. l.], v. 125, n. xxxx, p. 1–10, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.07.006>
- ALBINSSON, P. I. A. A.; PERERA, B. Y. Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of Consumer Behaviour*, [S. l.], v. 315, n. 11, p. 303–315, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/cb>
- BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-Based Consumption : The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, [S. l.], v. 39, n. December, p. 881–898, 2012. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/666376>
- BENJAAFAR, S. et al. Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership , Usage , and Social Welfare in the Sharing Economy. *Management Science*, [S. l.], v. 65, n. 2, p. 477–493, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2970>
- BENOIT, S. et al. A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. *Journal of Business Research*, [S. l.], v. 79, n. November 2016, p. 219–227, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.004>
- BOESLER, M. The rise of the renting and sharing economy could have catastrophic ripple effects. *Business Insider*, [S. l.], 2013. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/rise-of-the-renting-and-sharing-economy-2013-8>
- BOTSMAN, R.; ROGERS, R. O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011. E-book.
- BRADSHAW, C. J. A.; BROOK, B. W. Human population reduction is not a quick fix for environmental problems. In: 2014, Proceedings of the National Academy of Sciences. [S. l.: s. n.] Disponível em: <https://doi.org/10.1073/pnas.1410465111>
- CHENG, M. Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, [S. l.], v. 57, p. 60–70, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.06.003>
- CHENG, M.; EDWARDS, D. A comparative automated content analysis approach on the review of the sharing economy discourse in tourism and hospitality. *Current Issues in Tourism*, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 35–49, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1361908>
- CHOI, T.-M.; HE, Y. Peer-to-peer collaborative consumption for fashion products in the sharing economy: Platform operations. *Transportation*

Research Part E: Logistics and Transportation Review, [S. l.], v. 126, p. 49–65, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.03.016>. Acesso em: 5 Sep. 2019.

COHEN, B.; ALMIRALL, E.; CHESBROUGH, H. The City as a Lab: open innovation meets the collaborative economy. *California Management Review*, [S. l.], v. 59, n. 1, p. 5–13, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0008125616683951>

COHEN, B.; KIETZMANN, J. Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. *Organization & Environment*, [S. l.], v. 27, n. 3, p. 279–296, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1086026614546199>

COLOMBO, C. P. da S. T. N. R. Hiperconsumo: comunicação, condicionamento e compras das décadas de decisão à década de descontrol. 2012. - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, [s. l.], 2012. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/4407>

COOPER, G. et al. Unravelling the threads: Discourses of sustainability and consumption in an online forum. *Environmental Communication*, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 101–118, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17524032.2011.642080>

CRISTOBAL-FRANSI, E. et al. Exploring Service Quality among Online Sharing Economy Platforms from an Online Media Perspective. *Sustainability*, [S. l.], v. 11, n. 13, p. 3690, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su11133690>. Acesso em: 5 Sep. 2019.

CUSUMANO, M. A. Technology Strategy and Management: How Traditional Firms Must Compete in the Sharing Economy. *Communications of the ACM*, [S. l.], v. 58, n. 1, p. 32–34, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/2688487>

DELAI, I.; TAKAHASHI, S. Corporate sustainability in emerging markets: Insights from the practices reported by the Brazilian retailers. *Journal of Cleaner Production*, [S. l.], v. 47, p. 211–221, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.12.029>

DREDGE, D.; GYIMÓTHY, S. The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. *Tourism Recreation Research*, [S. l.], v. 40, n. 3, p. 286–302, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1086076>

ECK, N. J. Van; WALTMAN, L. Visualizing Bibliometric Networks. [S. l.: s. n.]. E-book. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10377-8>

ERTZ, M.; LEBLANC-PROULX, S. Sustainability in the collaborative economy: A bibliometric analysis reveals emerging interest. *Journal of Cleaner Production*, [S. l.], v. 196, p. 1073–1085, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.095>. Acesso em: 5 Sep. 2019.

FERREIRA, K. M. et al. Economia Compartilhada e Consumo Colaborativo: uma revisão da literatura. In: 2016, XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III INOVARSE - Responsabilidade Social Aplicada. [S. l.: s. n.] p. 1–21. Disponível em: http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_369.pdf

FREITAS, C. S. de; PETRINI, M. de C.; SILVEIRA, L. M. da. Desvendando O Consumo Colaborativo: Uma Proposta De Tipologia. CLAV - Latin American Retail Conference, [S. l.], 2016. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ocs/index.php/clav/clav2016/paper/view/5808/1652>

GANSKY, L. The mesh: why the future of business is sharing. New York: Portfolio Penguin, 2010. E-book.

JOHN, A. N. Sharing, collaborative consumption and Web 2.0. *MEDIA@LSE Electronic Working Papers*, [S. l.], n. 26, p. 2–19, 2013.

LAURELL, C.; SANDSTRÖM, C. The sharing economy in social media: Analyzing tensions between market and non-market logics. *Technological Forecasting and Social Change*, [S. l.], v. 125, n. May, p. 58–65, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.038>

LIMA, S.; CARLOS FILHO, F. de A. Bibliometric analysis of scientific production on sharing economy. *Revista de Gestão*, [S. l.], v. 26, n. 3, p. 237–255, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/REGE-01-2019-0018>

MARIMON, F. et al. CC-Qual: A holistic scale to assess customer perceptions of service quality of collaborative consumption services. *International Journal of Information Management*, [S. l.], v. 49, n. August 2018, p. 130–141, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.03.009>

MARTIN, C. J. The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, [S. l.], v. 121, p. 149–159, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>

MARTINS, J. V. R.; RIBEIRO, M. C. P. Economia do compartilhamento, assimetria informacional e regulação econômica consumerista. *Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável*, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 34–52, 2016. Disp. em: <https://doi.org/10.21902/Organiza>

MAURER, A. M. et al. Yes, we also can! O desenvolvimento de iniciativas de consumo colaborativo no Brasil. *BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 68–80, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/base.2015.121.06>

MENDES, F. S.; CEROY, F. M. Economia Compartilhada e a Política Nacional de Mobilidade Urbana: Uma proposta de marco legal Brasília: Núcleo de Estudos e Pesquisas/CONLEG/Senado. [S. l.: s. n.]. Disponível em: www.senado.leg.br/estudos.

MONT, O. Institutionalisation of sustainable consumption patterns based on shared use. *Ecological Economics*, [S. l.], v. 50, p. 135–153, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.03.030>

MORISSET, B. Building new places of the creative economy . The rise of coworking spaces. In: 2014, Utrecht. 2nd Geography of Innovation International Conference. Utrecht: [s. n.], 2014. p. 1–24. Disponível em: <https://doi.org/halshs-00914075>

PARK, H.; ARMSTRONG, C. M. J. Collaborative apparel consumption in the digital sharing economy: An agenda for academic inquiry. *International Journal of Consumer Studies*, [S. l.], v. 41, n. 5, p. 465–474, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12354>

SCHOR, J. Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 7–22, 2016.

SCOPUS. Content policy and selection. [s. l.], 2019. Disponível em: <https://www.elsevier.com/solutions/scopus/how-scopus-works/content/content-policy-and-selection>.

SHIRKY, C. Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. E-book.

SILVEIRA, L. M. da; PETRINI, M.; SANTOS, A. C. M. Z. dos. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? *REGE - Revista de Gestão*, [S. l.], v. 23, n. 4, p. 298–305, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.rege.2016.09.005>

TRANFIELD, D.; DENYER, D.; SMART, P. Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, [S. l.], v. 14, n. 3, p. 207–222, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

TUSSYADIAH, I. P.; PESONEN, J. Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay—an exploratory study with American and Finnish travellers. *Current Issues in Tourism*, [S. l.], v. 21, n. 6, p. 703–720, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1141180>

ZHANG, T. C.; GU, H.; JAHROMI, M. F. What makes the sharing economy successful? An empirical examination of competitive customer value propositions. *Computers in Human Behavior*, [S. l.], v. 95, p. 275–283, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.019>