

## **COCRIAÇÃO: UMA INVESTIGAÇÃO NA LITERATURA ACADÊMICA DO BRASIL**

**HENRIQUE CÉSAR MELO RIBEIRO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA (UFDPAR)

**ROSANY CORRÊA**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ (UESPI)

# COCRIAÇÃO: UMA INVESTIGAÇÃO NA LITERATURA ACADÊMICA DO BRASIL

## 1 INTRODUÇÃO

O termo cocriação manifestou-se a partir da publicação do estudo de Prahalad e Ramaswamy intitulado “*co-opting customer competence*” em 2000 (Cohen, Silva & Jorge, 2018). Logo, pode-se compreender que a cocriação é um termo contemporâneo a qual relaciona-se com as interações entre a empresa e os clientes (Rodrigues, Soares, Lopes, Oliveira & Lopes, 2021), em outras palavras, a cocriação permite que os clientes façam parte do processo de coprodução da organização, fazendo com que a empresa chegue ao produto final com um maior valor agregado, logo, a cocriação pode ser entendida como fonte de vantagem competitiva para as companhias (Vieira, Pires & Galeano, 2013).

Aqui se faz um complemento ao dizer que o valor é o resultado de um esforço empresarial para entregar satisfação aos clientes, fazendo emergir então o assunto cocriação de valor (Nascimento, Meneghetti, Hsu & Silva, 2019) que é uma decisão de gestão que coaduna distintos *stakeholders*, como é o caso dos clientes e da organização, buscando com isso alcançar resultados valorizados (Ribeiro, Costa & Freire, 2021).

Posto isto, é possível compreender que o tema cocriação é plural, fazendo com que o citado assunto desdobre-se em diversos setores (Ribeiro, Kevin, Costa & Urdan, 2019), tais como: Agronegócio (Bonamigo, Corrêa, Oliveira, Silva & Andrade, 2023), Público (Schuch & Hoffmann, 2022), Esporte (Munaier, 2021), Turismo (Ribeiro, Costa & Freire, 2021), Educação (Paula, Schmidt & Bohnenberger, 2021), Bancário (Zero, Jhuniór & Boaventura, 2020), Ensino superior (Mansoni & Brambilla, 2020), Saúde (Silva, Farina, Gouvêa & Donaire, 2015), Micro e pequenas empresas (Lima, Reinaldo, Abreu & Murakam, 2015).

De maneira geral, percebe-se que o tema cocriação é amplamente utilizado em vários domínios devido à sua ampla aplicabilidade (Eichholz, Heimburg, Große, Hefft, Henke & Wiesche, 2023), em outros termos, é um assunto multifacetado, que se apoia em uma abordagem multisetorial, influenciando em seu crescimento no fluxo de conhecimento de sua produção científica por meio das pesquisas (Saxena, Mishra & Mukerji, 2024). Isto posto, a cocriação pode ser considerado um fenômeno contemporâneo e emergente no ecossistema empresarial, pois, vem recebendo a atenção dos estudiosos impactando no aumento de sua produção acadêmica a cada ano (Shah, Noor, Ahmad, Butt & Lei, 2022).

Diante do exposto, evidencia-se que, pesquisas bibliométricas sobre o tema cocriação já foram publicadas em revistas científicas nacionais e internacionais da área do saber da Administração (Galvagno & Dalli, 2014; Ribeiro, Tavares & Costa, 2016; Ribeiro *et al.*, 2019; Fan & Luo, 2020; Shah *et al.*, 2022; Saxena, Mishra & Mukerji, 2024), sendo que, estes trabalhos acadêmicos usaram as bases de dados: *Web of Science (WoS)*, *Scopus* e *Social Science Citation Index (SSCI)* para a busca de pesquisas sobre o termo cocriação na literatura acadêmica.

De maneira geral, estas pesquisas evidenciam que o tema cocriação ainda é recente, entretanto, vem se consolidando e ascendendo no panorama internacional (Eichholz *et al.*, 2023). Ante o exposto, constata-se e, por conta disso, considera-se que os estudos de: Galvagno e Dalli (2014), Ribeiro, Tavares e Costa (2016), Ribeiro *et al.* (2019), Fan e Luo (2020), Shah *et al.* (2022) e Saxena, Mishra e Mukerji (2024), não buscaram explorar a produção científica do termo cocriação no âmbito literário brasileiro. Por conseguinte, este estudo coloca em destaque a questão de pesquisa que alicerçou e norteou este trabalho científico que foi: Qual o perfil, o comportamento e a tendência da produção científica e da estrutura e formação das redes sociais do tema cocriação na literatura acadêmica brasileira sob a perspectiva da SPELL?

Logo, o objetivo desta pesquisa foi: investigar o perfil, o comportamento e a tendência da produção científica e da estrutura e formação das redes sociais do tema cocriação na literatura

acadêmica brasileira sob a perspectiva da SPELL. Ao se centrar na plataforma de dados SPELL, que é reconhecida pela comunidade acadêmica brasileira (Ceron, Sousa Araujo, Pimenta & Cunha, 2024), espera-se conseguir obter um entendimento e compreensão mais alargado e robusto nacionalmente e em estado da arte das tendências e avanços da pesquisa em cocriação.

Para se conseguir responder a referida questão de pesquisa e, concomitantemente, alcançar o citado objetivo, usou-se a bibliometria que é uma notável e eclética metodologia, que é utilizada para se conseguir encontrar contribuições a respeito de estudos que enfatizam a produção científica de temas acadêmicos (Tomaszewski, 2023). Ressalta-se que a bibliometria é sempre sugerida, e, com isso, deve ser usada de forma constante para se investigar a atualidade e a predisposição de temas acadêmicos (Ribeiro, 2017; Eichholz *et al.*, 2023).

E, a Análise de Redes Sociais (ARS) que é um método relevante na mensuração e na visualização das estruturas (Francisco, 2011), da formação das redes sociais, como também, para se conseguir constatar a evolução e as possíveis tendências de pesquisas sobre estes assunto científicos (Rossetto, Bernardes, Borini & Gattaz, 2018; Ribeiro, 2020). Estudos que utilizam metodologias que enfocam a bibliometria e a ARS (Köhler & Digiampietri, 2021), fazem surgir e constituir uma abordagem diferenciada do conceito de mapas sociobibliométricos, apontando assim a complementaridade dessas duas técnicas (Machado Junior, Souza & Parisotto, 2014).

No que concerne a investigar a literatura científica do Brasil, reitera-se que optou-se por usar a biblioteca eletrônica *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL) que é um repositório de estudos científicos o qual permite acesso livre à informação e ao conhecimento técnico-científica brasileiro (SPELL, 2024). Por consequência, justifica-se a utilização da SPELL por esta ser uma base de dados científica que indexa periódicos brasileiros nas áreas de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo e que atualmente contabiliza para mais de 68 mil documentos, 43 milhões de acessos e 15 milhões de *downloads*. De maneira macro, a SPELL foi criada pela comunidade científica brasileira com o objetivo de preencher a lacuna observada na bases de dados e indexadores focados em periódicos brasileiros (Rossoni & Rosa, 2024). Aqui se faz um adendo ao enfatizar que a SPELL é uma das bases de dados mais usadas por pesquisadores em estudos com foco sociobibliométrico no Brasil (Ribeiro & Corrêa, 2022).

Desse modo, o diferencial desta pesquisa sustenta-se no foco nos estudos brasileiros, buscando completar o *gap* identificado na literatura acadêmica internacional e, logo, contribuir para o aperfeiçoamento das informações e do conhecimento sobre o tema cocriação no Brasil. A relevância desta pesquisa está em seu ineditismo e, simultaneamente, na investigação da produção científica e na estrutura e formação das redes de colaboração e intelectuais da literatura sobre a temática cocriação influenciando com isso para seu avanço científico na acadêmica do Brasil. Esta pesquisa ainda contribui ao investigar o conhecimento existente sobre o tema cocriação na academia brasileira, fornecendo assim uma base para futuras investigações empíricas. Por fim, dado ao amplo escopo de atuação do tema cocriação, esta pesquisa contribuirá também para aprimorar a compreensão do mencionado tema para os pesquisadores das áreas do conhecimento da Administração e afins, garantindo e reforçando que a pesquisa futura sobre o referido assunto continue sendo publicada, disseminada e socializada.

## 2 COCRIAÇÃO

Desde a década de 2000, o termo cocriação vem se espalhando rapidamente por meio de ensaios teóricos e análises empíricas, desafiando alguns dos pilares mais importantes das economias capitalistas. Logo, o tema cocriação vem se desenvolvendo como um novo paradigma na literatura de gestão, permitindo que as empresas e clientes criem valor por meio da interação. Da perspectiva da cocriação, empresas e clientes não estão mais em lados e posições opostas, mas sim, interagindo entre si para o aperfeiçoamento de novas oportunidades de negócios (Galvagno & Dalli, 2014).

O estudo sobre o tema cocriação passou a ganhar reputação doravante a pesquisa de Vargo e Lusch, que apresentaram a mudança da lógica tradicional do *marketing*, fazendo surgir a lógica do serviço dominante, em que existe maior atenção nas interações e na fidelização com os clientes. Dito isto, manifesta-se que Prahalad e Ramaswamy definiram o termo cocriação como sendo as interações de alta qualidade que proporcionam a um cliente individual cocriar experiências únicas com a organização, criando oportunidades para o aparecimento de novas fontes de vantagem competitiva (Ribeiro *et al.*, 2019).

O modelo criado por Prahalad e Ramaswamy de cocriação denominado DART (Diálogo, Acesso, Risco e Transparência) é fundamental para propiciar a interação entre consumidor/cliente e a organização (Ribeiro, Tavares & Costa, 2016). De acordo com o referido modelo, o diálogo presume reciprocidade, fomentando a troca de informações e conhecimentos entre a empresa e o cliente, propiciando melhorar procedimentos e atender viabilidades. Já o acesso torna o consumidor/cliente agente ativo e transformador do produto/serviço. E, a transparência minimiza riscos de informação e entendimento entre consumidor/cliente e a empresa, contribuindo para um relacionamento mais profícuo e de maior valor adicionado (Cohen, Silva & Jorge, 2018).

Isto dito, o conceito de cocriação está estreitamente ligado ao desenvolvimento conjunto de valor na relação entre o cliente e a empresa, e, este aperfeiçoamento em parceria presume a criação de *know-how* e a solução de adversidades (Bó, Milan, Sampaio & Perin, 2017). À vista disso, a cocriação de valor é um tema emergente e que está em pleno desenvolvimento, pois, este é cada vez mais plural, pois, considera os múltiplos *stakeholders* como participantes da iniciativa, sendo estes considerados os atores principais no âmbito da cocriação (Ribeiro *et al.*, 2019).

Ainda cabe manifestar que a cocriação relaciona-se com a inovação, sobretudo, no que concebe a concentrar-se no processo de cooperação e interação entre as empresas e clientes. Diante disso, pode-se compreender que a cocriação é uma inovação aberta que integra conhecimento e informação e habilidades relacionadas a diferentes ambientes institucionais, promovendo a participação de múltiplos *stakeholders*. Por conta disso, é compreensível e perceptível que a teoria da cocriação venha recebendo cada vez mais atenção na academia por meio de estudos, pois, a cocriação não só é uma importante força de inovação para as empresas, mas também uma fonte de vantagem competitiva corporativa (Fan & Luo, 2020).

Ressalva-se também que as empresas estão a passar por mudanças transformadoras impulsionadas pela proliferação de tecnologias digitais. Tecnologias estas que facilitam a comunicação em tempo real do cliente com as organizações. Sendo assim, a cocriação de valor exige uma mudança de paradigma nas atitudes de gestão e na adoção de tecnologias de ponta como a Inteligência Artificial (IA) e o Metaverso. Posto isto, é coerente afirmar que as tecnologias digitais, especialmente, no que confere a IA, o Metaverso e as inovações relacionadas, aumentam significativamente o valor da cocriação, permitindo experiências mais personalizadas, imersivas e eficientes. Em suma, a IA e as transformações digitais podem impulsionar o sucesso das empresas, como no caso do setor do Turismo, por meio de melhores interações e engajamento com os clientes (Dang & Nguyen, 2023).

Em vista disso, o tema cocriação, vem ganhando cada vez mais realce em publicações de periódicos, fazendo com que o assunto cocriação de valor seja um objeto de intenso interesse acadêmico, particularmente, na área do conhecimento da Administração (Ribeiro, Tavares & Costa, 2016; Ribeiro *et al.*, 2019; Shah *et al.*, 2022; Saxena, Mishra & Mukerji, 2024), sendo, retratado por pesquisas bibliométricas.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Em consideração a isso, esta pesquisa tem como objetivo investigar o perfil, o comportamento e a tendência da produção científica e da estrutura e formação das redes sociais

do tema cocriação na literatura acadêmica brasileira sob a perspectiva da SPELL. Assim sendo, metodologicamente, este estudo foi descritivo, com abordagem quantitativa e mediante uma pesquisa bibliográfica (Medeiros, Medeiros, Colpo & Weise, 2018). Então, para a construção deste trabalho acadêmico foram utilizadas os métodos da bibliometria e da ARS ou sociometria (Brizolla, Chiarello & Lavarda, 2014; Ribeiro & Corrêa, 2022).

No que concerne aos *softwares*, o *UCINET* foi usado para a geração das matrizes e o *NetDraw* foi empregado para a criação e visualização das redes sociais dos atores. Adiciona-se ao enfatizar que, os pesquisadores empreendedores usam com eficiência e eficácia as técnicas de investigação bibliométrica e sociométrica em conjunto, alicerçado e norteado pelos *softwares* específicos da área, para tornar seus estudos de revisão modelos de inovação em pesquisas (Ferreira & Silva, 2019; Ribeiro, 2023a).

Salienta-se que, a bibliometria se baseia em três Leis clássicas, na qual seus termos remetem aos nomes dos seus idealizadores, a saber: (a) Lei de *Lotka* ou Lei do Quadrado Inverso que estima o grau de relevância dos autores, em determinada área do conhecimento; (b) Lei de *Bradford* ou Lei da Dispersão dos Periódicos que mensura o nível de importância das revistas científicas, em um estabelecido campo do saber; e (c) Lei de *Zipf* ou Lei do Mínimo Esforço que aferi a frequência da ocorrência de palavras de um estabelecido texto, gerando uma lista ordenada de termos de um definido tema. Ainda cabe manifestar a Lei de *Price* que é derivada da Lei de *Lotka*, a qual calcula o número de pesquisadores dos artigos de um determinado assunto, enfocando a elite de autores composta pelos acadêmicos mais profícuos (Souza & Ribeiro, 2013; Machado Junior, Souza, Parisotto & Palmisano, 2016; Pessoa Araújo, Mendes, Gomes, Coelho, Vinícius & Brito, 2017; Figueiredo, Quelhas, Vieira Neto & Ferreira, 2019; Vieira & Silva, 2023).

Já a ARS é um método que objetiva contribuir para pesquisas que buscam alargar a compreensão acerca das possíveis reciprocidades existentes entre atores do estudo, tais como: autores e Instituições de Ensino Superior (IES). Logo, a ARS tem o intuito de aferir a existência de grupos de pesquisa sobre determinado tema. Desta forma, constata-se a relevância da ARS para o meio acadêmico, pois, auxilia no entendimento da formação e da estrutura dos padrões de informação e conhecimento dos atores envolvidos no processo de construção do saber científico sobre o definido assunto (Callado & Silva, 2018; Ribeiro, 2021), como é o caso da temática cocriação no contexto, por exemplo, da análise das redes sociais das palavras-chave (Eichholz *et al.*, 2023).

Consequentemente, versa-se que a ARS é composta por sua estrutura que faz conceber sua formação das suas redes sociais, a qual é contemplada por medidas (Ribeiro & Souza, 2022), como: o grafo que são as conexões na rede; os nós que são os atores; os laços que são as interações entre os atores; os *small-world* ou mundos pequenos que são formados por atores com laços fortes; os buracos estruturais que é o grau de coesão e competição da rede; o componente gigante que é o maior elemento da rede; a densidade que é a aproximação de laços efetivos entre laços possíveis, ou seja, é a razão entre as interações existentes com as conexões possíveis; e a centralidade que é a localização do ator quanto à rede total (Bordin, Gonçalves & Todesco, 2014; Sampaio, Sacerdote, Fonseca & Fernandes, 2015; Silva, 2014; Urbizagástegui-Alvarado, 2022; Ribeiro, 2023c).

Ainda no que compete a densidade, evidencia-se que, quanto mais densa for a rede social mais próxima de 1,0 ela será, isto é, mais uniformizados são as interações entre os atores, em contrapartida, se a rede social for calculada com um valor inferior a 0,2 ela será uma rede dispersa, com baixa coesão interna, e, por conta disso, carregará laços fracos (Williams dos Santos & Farias Filho, 2016; Ribeiro, 2022).

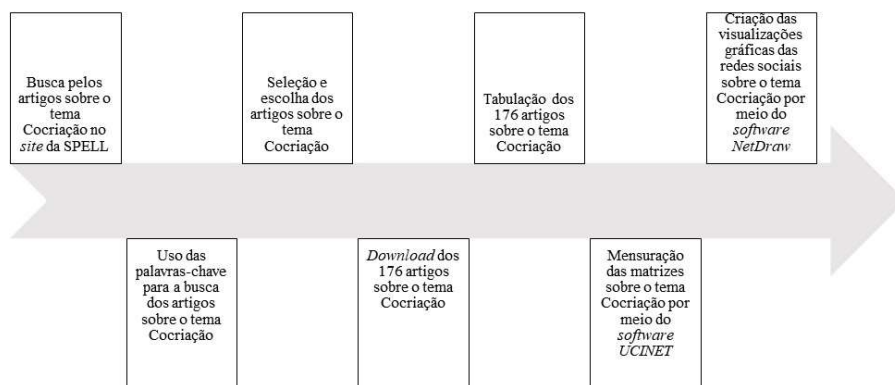
Em referência as centralidades, esta pesquisa colocou em realce a centralidade de grau (*degree*), que dá destaque ao número de conexões que cada palavra-chave tem no *corpus* textual no que concebe ao assunto objeto de análise; e a centralidade de intermediação (*betweenness*),

que enfoca na relevância dos atores (autores e IES), no estabelecimento de ligações entre outros grupos de estudos, influenciando e contribuindo no fluxo informacional e de conhecimento do tema em investigação (Rossoni, Hocayen-da-Silva & Ferreira Júnior, 2008; Favaretto & Francisco, 2017; Haddad, Mena-Chalco & Sidone, 2017; Ribeiro, 2023b).

A busca dos trabalhos científicos sobre o tema cocriação na plataforma de dados SPELL se deu primeiramente pela seleção das palavras-chave, que foram: “cocriação”; “*cocreation*”; “*cocreación*”; “co-criação”; “*co-creation*”; e “*co-creación*”. Justifica-se a utilização destas palavras-chave, pela aderência destas ao escopo e foco deste estudo. Salienta-se que, cada uma destas palavras-chave foi procurada de forma não síncrona no filtro de busca “*drop down boxes*” da SPELL (<http://www.spell.org.br/>), nos campos: Título do documento, Resumo e Palavra-chave. Como consequência, todos os artigos sobre o assunto cocriação foram localizados e colocados a esta pesquisa. Acentua-se que, para confirmar se realmente a pesquisa elegida sobre o termo cocriação incorporava-se ao enfoque desta investigação, foi feita a leitura dos respectivos Resumos dos trabalhos acadêmicos selecionados, de modo a fomentar o acerto de que, o estudo escolhido é aderente ao escopo e foco desta pesquisa.

Em função disso, a amostra desta investigação identificou 176 artigos partidários ao objetivo desta pesquisa em uma temporalidade de 14 anos, ou seja, de 2008 a 2023. À vista disso, evidencia-se que, o citado recorte de tempo, foi vinculado diretamente aos artigos encontrados na base SPELL, em outras palavras, o primeiro artigo sobre o tema cocriação foi encontrado em 2008. Também, optou-se em findar as buscas das pesquisas em 2023, pois, o ano de 2024 ainda encontra-se em curso. Seguidamente, iniciou-se em 23/04/2024 a tabulação dos estudos, e, neste instante, de forma simultânea, foi realizada a criação dos indicadores bibliométricos, melhor dizendo, os índices de avaliação da produção acadêmica, deste artigo, que foram: períodos, periódicos, autores, IES e a nuvem de palavras, terminando suas mensurações em 29/04/2024. Aqui se faz um adendo ao ressaltar que a nuvem de palavras foi feita por meio do *software Word Art* (<https://wordart.com/>).

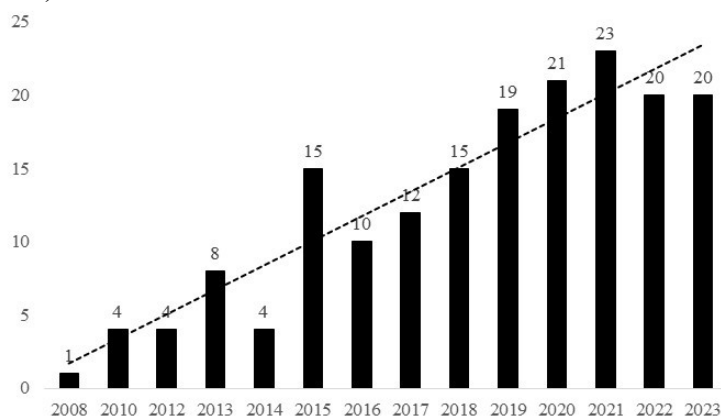
Em referência a ARS, as suas conexões foram visualizadas mediante as técnicas de análise de correspondência por meio da elaboração e criação de matrizes. A visualização das redes sociais foi realizada através dos sociogramas descritos pelo *software NetDraw*, que é o programa utilizado para desenho e ilustração de matrizes (Ferreira & Silva, 2019; Alcântara, Yamamoto, Garcia & Campos, 2020). Dessarte, a produção científica, a estrutura e a formação das redes dos atores foram investigados com base nos resultados das redes sociais manifestadas nesta pesquisa. Estas redes sociais foram as redes de coautoria, as redes de colaboração das IES e as redes sociais das palavras-chave. Desta maneira, vislumbra-se que a data de início da construção e visualização das matrizes desta pesquisa foi em 29/04/2024, e, sua finalização ocorreu em 14/05/2024. Para melhor entendimento e compreensão, a Figura 1 coloca em realce o caminho metodológico deste estudo.



**Figura 1:** Caminho metodológico  
**Fonte:** Elaborado pelo autor (2024)

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Figura 2 coloca em relevo os 14 anos de divulgação da temática cocriação na literatura científica nacional à luz das revistas acadêmicas listadas pela SPELL. Observando a Figura 2, constata-se uma disposição de crescimento do tema cocriação na academia do Brasil, fato este corroborado em outros estudos (Ribeiro, Tavares & Costa, 2016; Fan & Luo, 2020; Saxena, Mishra & Mukerji, 2024), mostrando assim a urgência da citada temática (Shah *et al.*, 2022), e, por conta disso, de sua evolução, apesar de ser um assunto ainda nascente na academia (Eichholz *et al.*, 2023).



**Figura 2:** Períodos

**Fonte:** Dados da pesquisa (2024)

Ainda cabe mencionar que os anos que mais se destacaram na Figura 2 foram justamente os cinco últimos, fazendo aflorar o estado da arte do termo cocriação, sendo que, 2021 foi o mais frutífero. Tal achado assevera a aptidão de expansão da temática cocriação na publicação acadêmica nacional, por meio dos periódicos ordenados pela SPELL.

A Figura 3 contempla os 71 periódicos identificados nesta pesquisa, sendo que, estes foram agrupados em três zonas de produtividade de acordo com a Lei de *Bradford* (Machado Junior *et al.*, 2016). A Zona 1 é composta por nove periódicos, são eles: ReMark, IJI, RAU, RPCA, INMR, RBTUR, RAE, ReAT e RevHosp os quais foram responsáveis pela publicação de 53 artigos, equivalendo a aproximadamente 30% do montante de 176 estudos; a Zona 2 é formada por 15 revistas científicas, sendo que estas foram incumbidas na divulgação de 55 estudos, correspondendo a cerca de 31% do total das 176 pesquisas; e a Zona 3 que é constituída por 47 revistas acadêmicas, sendo que estas foram encarregadas pela evidenciação de 68 trabalhos científicos, sendo proporcional a 39% da soma dos 176 artigos desta pesquisa. É interessante notar e dizer que, das 71 revistas científicas identificadas neste estudo, 57 são aderentes a área de Administração; 10 periódicos associam-se ao campo do saber do Turismo e quatro periódicos ligam-se as Ciências Contábeis. Tais achados são corroborados de maneira símiles nos estudos de: Ribeiro, Tavares e Costa (2016), Fan e Luo (2020) e Shah *et al.* (2022).

Retomando ao enfoque das zonas de produtividade dos periódicos, entende-se que, a Figura 3 é composta por um conjunto de três zonas, cada qual com 1/3 aproximado do total dos trabalhos científicos identificados nesta pesquisa. A primeira zona contém um pequeno número de periódicos que se destacam pelo alto grau de produtividade; a segunda zona é constituída por um número maior de revistas científicas, contudo, com menos produtividade; e a terceira zona inclui um volume ainda maior de revistas acadêmicas, porém, com uma produtividade ainda mais reduzida sobre o tema ora investigado. Desse modo, por meio da mensuração da produtividade destes periódicos, foi possível determinar um núcleo sobre o assunto objeto de estudo nas 71 revistas acadêmicas desta pesquisa (Machado Junior *et al.*, 2016).

Diante do exposto, a Figura 3 mostra a existência de um pequeno núcleo de periódicos que publicou o tema foco deste estudo de forma mais contundente, e uma região periférica dividida em outras duas zonas de produtividade. Nessas outras duas zonas verifica-se o aumento do número de revistas científicas que reduzem a produção científica das publicações dos artigos sobre o tema central desta pesquisa. A zona 1 coloca em realce os periódicos com maior publicação de artigos sobre o tema âmbito desta pesquisa, logo, estas revistas científicas tendem a estabelecer um núcleo supostamente de qualidade superior e de maior importância para o referido tema. Porém, os periódicos que estão localizados nas zonas 2 e 3 desta pesquisa, podem vir a tornarem-se mais produtivos, em razão do interesse dos autores em divulgar seus resultados e contribuições nestas revistas científicas, influenciando assim no crescimento da relevância destas revistas acadêmicas para a divulgação, disseminação e socialização do assunto cerne deste estudo (Machado Junior *et al.*, 2016).

Periódicos	Sigla	Quatis (2017-2020)	Instituição publicadora	Artigos publicados	%	Zona
Revista Brasileira de Marketing	ReMark	A3	UNINOVE	10	30%	1
International Journal of Innovation	IJI	A4	UNINOVE	6		
Revista de Administração da Unimep	RAU	A4	UNIMEP	6		
Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	RPCA	A3	UFF	6		
Innovation and Management Review	INMR	A3	USP	5		
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	RBTUR	A3	ANPTUR	5		
Revista de Administração de Empresas	RAE	A2	FGV (SP)	5		
Revista Eletrônica de Administração e Turismo	ReAT	B1	UFPEl	5		
Revista Hospitalidade	RevHosp	A4	Anhemi	5		
Administração: Ensino e Pesquisa, Brazilian Business Review, Gestão e Desenvolvimento, GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, Marketing & Tourism Review, Revista Brasileira de Gestão e Inovação, Revista de Administração IMED, Revista de Administração Mackenzie, Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, Turismo: Visão e Ação, REGE - Revista de Gestão, Revista Ciências Administrativas, Revista de Administração FACES Journal, Teoria e Prática em Administração e Turismo em Análise.					31%	2
Administração Pública e Gestão Social, Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS, Brazilian Administration Review, Caderno Virtual de Turismo, International Journal of Professional Business Review, Internext - International Business and Management Review, RAUSP Management Journal, REAd. Revista Eletrônica de Administração, Reuna, Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo, Revista ADM.MADE, Revista Alcance, Revista Brasileira de Gestão de Negócios, Revista Capital Científico - Eletrônica, Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde, Revista de Administração, Sociedade e Inovação, Revista de Ciências da Administração, Revista Economia & Gestão, Revista Interdisciplinar de Marketing, Revista PRETEXTO, Cadernos EBAPE.BR, Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão, Desenvolvimento em Questão, Future Studies Research Journal: Trends and Strategies, Gestão & Regionalidade, Gestão e Sociedade, International Journal of Business & Marketing, Journal of Information Systems and Technology Management, NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia, PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review, REGEPE Entrepreneurship and Small Business. Revista de Administração Contemporânea, Revista de Administração da UFSM, Revista de Administração Pública, Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, Revista de Gestão Social e Ambiental, Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade, Revista de Negócios, Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Revista Gestão & Tecnologia, Revista Gestão Organizacional, Revista Ibero-Americana de Estratégia, Revista Inteligência Competitiva - RIC, Revista Interdisciplinar de Gestão Social e Revista Liceu On-line.					39%	3

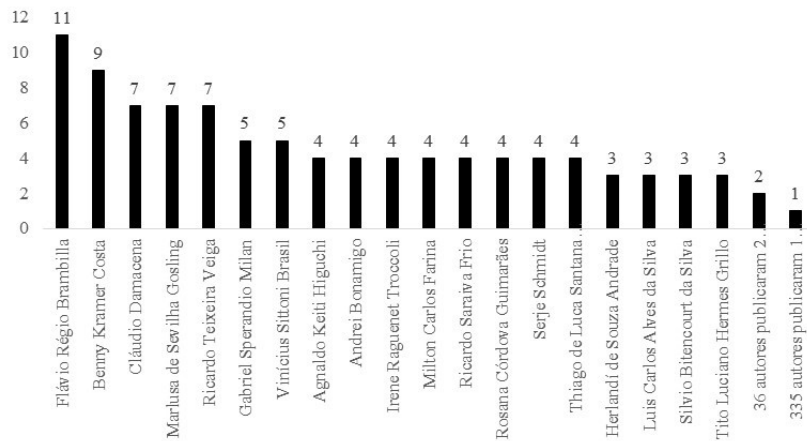
**Figura 3:** Periódicos

**Fonte:** Dados da pesquisa (2024)

Em suma, esta subseção coloca em relevo os periódicos mais aderentes ao tema cocriação no âmbito acadêmico brasileiro, proporcionando assim aos pesquisadores saberem quais revistas científicas costumam publicar estudos sobre o citado assunto na academia do Brasil, contribuindo assim para alargar e robustecer a produção científica destes periódicos sobre a mencionada temática no Brasil, e, concomitantemente, ajudar aos autores a divulgar e proliferar seus achados e contribuições de suas pesquisas sobre cocriação, influenciando em sua maior ascensão, disseminação e socialização na literatura científica nacional.

Em consideração a isso, os autores mais prolíferos nesta pesquisa foram: Flávio Régio Brambilla, Benny Kramer Costa, Cláudio Damacena, Marlusa de Sevilha Gosling, Ricardo Teixeira Veiga, Gabriel Sperandio Milan, Vinícius Sittoni Brasil, Agnaldo Keiti Higuchi, Andrei Bonamigo, Irene Raguenet Troccoli, Milton Carlos Farina, Ricardo Saraiva Frio, Rosana Córdova Guimarães, Serje Schmidt, Herlandí de Souza Andrade, Luis Carlos Alves da Silva, Silvio Bitencourt da Silva, Thiago de Luca Santana Ribeiro e Tito Luciano Hermes Grillo. Ainda cabe evidenciar que, 35 autores publicaram dois artigos e que a grande maioria, ou seja, 338 pesquisadores publicaram um artigo, representando em torno de 86% (338 ÷ 392) do total dos autores.





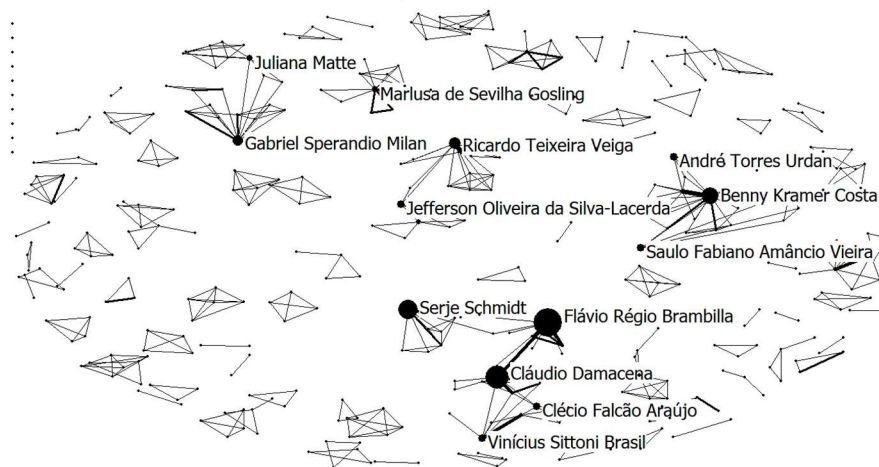
**Figura 4:** Autores  
**Fonte:** Dados da pesquisa (2024)

Então, é possível averiguar o padrão de muitos pesquisadores com baixa produção acadêmica coexistindo com poucos autores com alta produção científica sobre o tema objeto de estudo, indo ao encontro do que é observado pela Lei de Lotka ou Lei do Quadrado Inverso (Vieira & Silva, 2023). Isto dito, constata-se que esses poucos estudiosos são referência e relevantes para o tema investigado na academia brasileira (Souza & Ribeiro, 2013). Ainda cabe evidenciar a Lei do Elitismo de Price a qual enfatiza que o número de autores da elite corresponde à raiz quadrada do número total de autores (Pessoa Araújo *et al.*, 2017). Para este estudo, foram identificados 392 estudiosos, e a raiz quadrada de 392 é aproximadamente 19, logo, estes 19 são a elite de pesquisadores sobre o tema foco deste trabalho acadêmico (Machado Junior *et al.*, 2016), em outros termos, são os 19 autores que ficaram destaque na Figura 4 desta pesquisa, podendo influenciar em seus respectivos realces nas redes de coautoria (Ribeiro, 2023c).

A Figura 5 coloca em ressaltado as redes de coautoria desta pesquisa que é constituída por 1.046 laços e 390 nós. Reitera-se que, a centralidade de intermediação foi usada para mensurar os pesquisadores centrais nas redes de coautoria desta pesquisa em virtude desta medida enfatizar a importância dos estudiosos, na concretização de relações entre grupos de pesquisa, impactando e colaborando para o fluxo de informações e saberes no que refere-se ao tema foco deste estudo (Favaretto & Francisco, 2017; Ribeiro, 2023b). Diante disso, os autores que ficaram em realce nesta pesquisa, por ordem decrescente de importância, no que concerne ao *betweenness*, foram: Flávio Régio Brambilla, Cláudio Damacena, Serje Schmidt, Benny Kramer Costa, Ricardo Teixeira Veiga, Gabriel Sperandio Milan, Vinicius Sittoni Brasil, Jefferson Oliveira da Silva-Lacerda, Clécio Falcão Araújo, André Torres Urdan, Saulo Fabiano Amâncio Vieira, Marlusa de Sevilha Gosling e Juliana Matte.

Em face do exposto, estes pesquisadores podem ser considerados estratégicos para a divulgação, proliferação e evolução do tema eixo desta pesquisa, pois, servem de “pontes” e “caminhos” para a disseminação e socialização do fluxo informacional sobre o mencionado assunto na esfera acadêmica brasileira (Ribeiro & Corrêa, 2022). Porém, este fluxo de informações e saberes sobre o referenciado tema pode ser comprometido visto que a densidade das redes de coautoria desta pesquisa foi mensurada em 0.0074, equivalendo a 0,74% das interações efetivamente realizadas, logo, tal achado denota uma rede de colaboração dos 392 pesquisadores com baixa densidade, afetando diretamente na coesão e na dispersão da referida rede social, e, por consequência, no surgimento de laços fracos. Esses acontecimentos podem ser explicados em virtude de que os autores de publicações relacionadas ao tema foco desta pesquisa darem preferência a divulgações de seus trabalhos acadêmicos de maneira isolada, ou

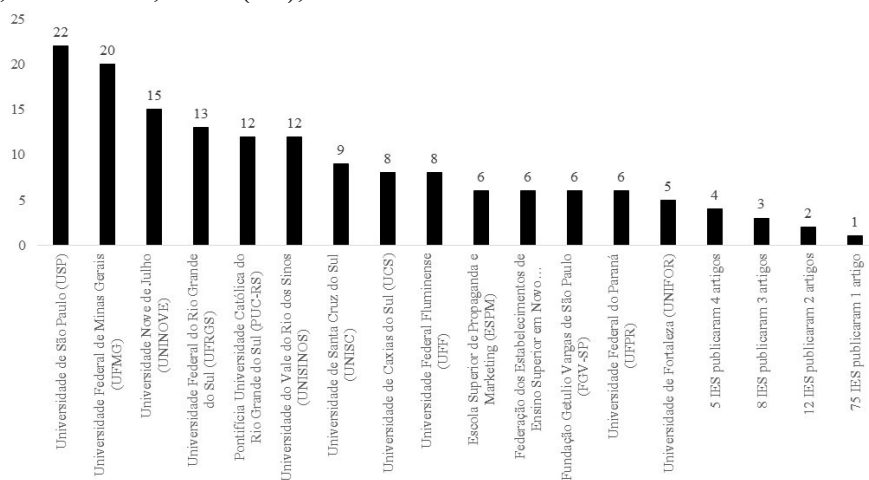
em parcerias com dois ou três autores (Brizolla, Chiarello & Lavarda, 2014; Williams dos Santos & Farias Filho, 2016; Ribeiro, 2022).



**Figura 5:** Redes de coautoria  
**Fonte:** Dados da pesquisa (2024)

Uma outra característica que se faz presente nas redes de coautoria desta pesquisa são os chamados mundos pequenos, pois, apesar de existirem pesquisadores publicando sozinho, ou em parceria de dupla ou trio, existe também nas redes de colaboração dos estudiosos da Figura 5, pesquisadores que estão altamente vinculados uns aos outros, e, logo, a divulgação, disseminação e socialização das informações e conhecimento acerca do tema objeto de estudo desta pesquisa, para estes *clusters* pequenos de estudiosos, é mais proliferada, fluída e consistente, contribuindo com isso para alargar e robustecer a produção científica dos pesquisadores, e, concomitantemente, de suas respectivas IES, e, simultaneamente, na implicação da ascensão do tema cerne desta pesquisa na literatura acadêmica do Brasil. (Coutinho *et al.*, 2022; Ribeiro & Souza, 2022).

A Figura 6 coloca em evidência as 14 IES mais profícuas desta pesquisa. Perante o dito, as IES que ficaram em destaque nesta pesquisa, quanto a produtividade no que concerne ao tema cocriação foram: USP, UFMG, UNINOVE, UFRGS, PUC (RS), UNISINOS, UNISC, UCS, UFF, ESPM, FEEVALE, FGV (SP), UFPR e UNIFOR.



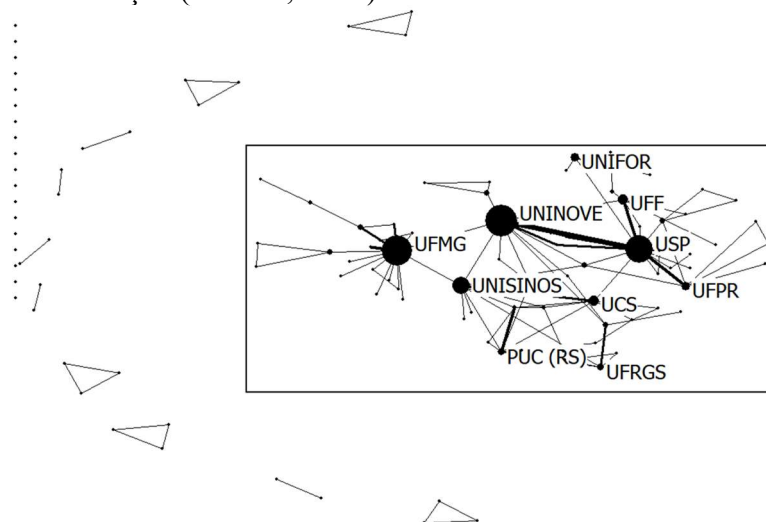
**Figura 6:** IES  
**Fonte:** Dados da pesquisa (2024)

Logo, constata-se que a maioria das instituições mais prolíferas estão localizadas na região Sul do Brasil, com sete IES, a região Sudeste vem em seguida com seis universidades, e

a região Nordeste representada com apenas uma instituição. O realce das IES localizadas nas regiões Sul e Sudeste do Brasil é em decorrência destas regiões possuírem cursos de Pós-Graduação *Stricto Sensu*, em especial da área de Administração, já consolidados e legitimados, corroborando para o alargamento e robustecimento da pesquisa sobre o tema objeto de investigação como também, para o ensino do campo da Administração do referenciado assunto (Medeiros *et al.*, 2018). Ainda cabe enfatizar que, o destaque das IES no que concebe as suas respectivas produções científicas quanto ao assunto âmbito desta pesquisa, pode ser fator preponderante também para seus particulares realces nas redes de colaboração das IES (Ribeiro, 2020).

A Figura 7 vislumbra as redes de colaboração das universidades que foram integradas por 248 laços e 114 nós. Para esta subseção, foi utilizada a centralidade de intermediação para aferir as IES mais centrais, e tal escolha dá-se em virtude de que esta métrica quantifica a relevância de uma instituição considerando a quantidade de caminhos mais curtos que conectam outras IES, e que passam por meio destas (IES). Em outros argumentos, este indicador retrata a influência de uma IES sobre o fluxo de informação entre cada par de instituições supondo que a informação é transferida sempre pelo caminho mais curto entre as IES (Haddad, Mena-Chalco & Sidone, 2017).

Ante o exposto, as IES que ficaram em destaque quanto ao *betweenness*, por ordem decrescente de relevância, foram: UNINOVE, UFMG, USP, UNISINOS, UCS, UFF, UFPR, UNIFOR, PUC (RS) e UFRGS. Destas IES, todas também ficaram entre as mais proficientes deste estudo, ratificando que a proficiência da produção científica sobre o tema chave desta pesquisa influenciou nos destaques particulares destas instituições no que concerne a centralidade de intermediação (Ribeiro, 2020).



**Figura 7:** Redes de colaboração das IES

**Fonte:** Dados da pesquisa (2024)

Logo, pode-se constatar que estas IES, além de serem as mais produtivas, também são as mais estratégicas, pois servem de intermediárias na construção do fluxo informacional e de conhecimento acerca da temática eixo desta pesquisa (Rossoni, Hocayen-da-Silva & Ferreira Júnior, 2008), portanto, podem ser vistas para este estudo, como as IES mais influentes, e que servem de “pontes” e como “norte” para proliferar a produção das pesquisas sobre o tema objeto de investigação deste trabalho acadêmico, contribuindo para a ascensão do referido assunto na literatura científica do Brasil (Haddad, Mena-Chalco & Sidone, 2017). É interessante observar que, estas IES mais centrais, também aparecem em destaque em outros temas das áreas do conhecimento da Administração, Contabilidade e Turismo como é o caso da governança corporativa no estudo de Ribeiro (2023b), ratificando o impacto e a atuação destas IES na

divulgação, disseminação e socialização dos saberes científicos destes campos do conhecimento na academia do Brasil.

Quanto a densidade das redes de colaboração das IES, esta foi mensurada em 0.0224, correspondendo a 2,24% das conexões efetivamente concebidas, em outras palavras, cerca de 97,76% das interações entre as 114 IES deixaram de ser realizadas, logo, pode-se constatar que a referida rede social tem baixa densidade, é dispersa e tem baixa coesão interna, influenciando no aparecimento de laços fracos, impactando diretamente na fluidez do fluxo de informações e de saberes acadêmicos sobre o tema principal desta pesquisa na literatura acadêmica brasileira (Williams dos Santos & Farias Filho, 2016; Ribeiro, 2023a).

Contudo, ainda verificando a Figura 7, observa-se que a citada rede social tem uma característica peculiar, que é o chamado “componente gigante”, que está em grifo e que evidencia todas as 10 IES que ficaram em realce quanto a centralidade de intermediação desta pesquisa, sendo que, estas 10 instituições estão conectadas direta ou indiretamente. Então, para este *cluster* específico das redes de colaborações das IES, é possível afirmar que esta parte da rede social é mais coesa e menos dispersa, contribuindo para um maior fluxo de informação e conhecimento, retratando com isso, uma tendência de parceria de publicações mais intensa e constante por meio dos autores nativos destas IES em destaque, cooperando e impactando em uma maior divulgação, proliferação e socialização do conhecimento constituído sobre o tema objeto de estudo nesta pesquisa no âmbito literário acadêmico do Brasil (Sampaio *et al.*, 2015; Köhler & Digiampietri, 2021).

A Figura 8 manifesta a nuvem de palavras, logo, é importante salientar que o tamanho da palavra na nuvem está relacionada a frequência que esta aparece nos artigos (Francisco, 2011).



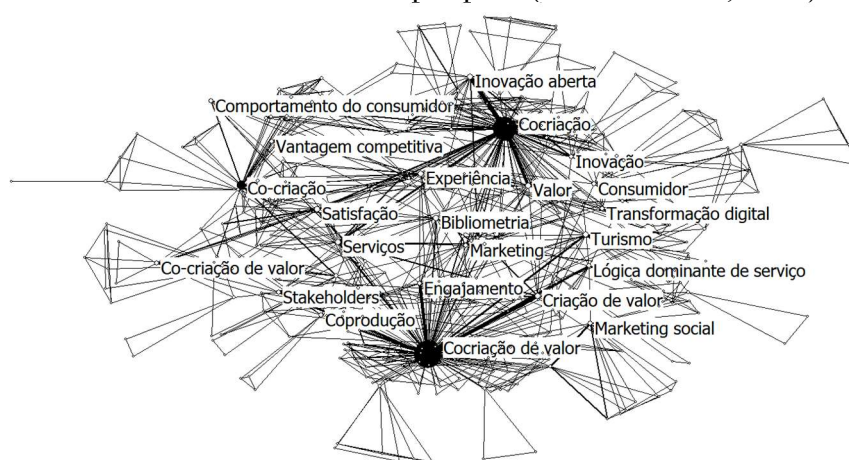
**Figura 8:** Nuvem de palavras  
**Fonte:** Dados da pesquisa (2024)

Então, as 22 palavras mais comumente utilizadas pelos 392 autores nos 176 artigos sobre o tema cocriação na literatura acadêmica do Brasil sob a óptica dos periódicos indexados na SPELL foram: cocriação, valor, serviço, inovação, lógica, *marketing*, social, turismo, consumidor, consumo, experiência, rede, co-criação, satisfação, marca, relacionamento, dominante, gestão, modelo, cliente, *stakeholder* e estratégia, que apareceram respectivamente: 96, 95, 42, 33, 20, 19, 18, 17, 17, 16, 16, 13, 13, 11, 11, 10, 10, 10, 10, nove, nove e oito. Posto isto e de acordo com a Lei de Zipf que mensura a frequência do surgimento das palavras em textos, pode-se entender e compreender que as palavras em destaque neste estudo são as temáticas mais abordadas pelos 392 pesquisadores em seus 176 estudos, embasando e norteando as investigações que enfocam sobre o tema objeto de pesquisa deste estudo na academia do Brasil (Machado Junior *et al.*, 2016; Ribeiro, 2017; Figueiredo *et al.*, 2019).

As palavras-chave são a alta generalização do autor sobre a ideia principal do estudo, logo, as palavras-chave representam os pontos críticos no campo do conhecimento sobre temas acadêmicos, como no caso a temática cocriação (Fan & Luo, 2020). Neste sentido, a Figura 9

foi construída, fazendo visualizar as redes sociais das palavras-chave desta pesquisa, a qual foi constituída por 1.980 laços e 390 nós. Explica-se que, os 176 artigos investigados continham, no total, 390 ocorrências de palavras-chave, sendo que, estas 390 palavras-chave são únicas, pois, foi mantido os critérios de: (i) não distinguir letras maiúsculas e minúsculas; e (ii) palavras-chave no singular e no plural foram mantidas diferentes (Favaretto & Francisco, 2017).

Deste jeito, as palavras-chave com maior *degree* neste estudo, por ordem decrescente de valor, foram: cocriação de valor, cocriação, co-criação, inovação aberta, serviços, turismo, valor, criação de valor, satisfação, inovação, bibliometria, engajamento, *marketing* social, experiência, lógica dominante de serviço, *marketing*, *stakeholders*, consumidor, comportamento do consumidor, co-criação de valor, vantagem competitiva, coprodução e transformação digital. Estes achados são corroborados analogamente em pesquisas similares (Galvagno & Dalli, 2014; Fan & Luo, 2020; Shah *et al.*, 2022), ratificando o caráter intrínseco destas palavras-chave com o tema foco desta pesquisa (Eichholz *et al.*, 2023).



**Figura 9:** Redes sociais das palavras-chave

**Fonte:** Dados da pesquisa (2024)

Desse modo, é tangível compreender que essas palavras-chave em destaque representam os conceitos contidos no *corpus* textual dos 176 trabalhos científicos identificados e investigados neste estudo, possibilitando assim concluir, as possíveis linhas de pesquisa científica existentes, consolidadas, legitimadas e ou emergentes (Urbizagástegui-Alvarado, 2022; Ribeiro, 2023a), acerca tema cocriação na literatura acadêmica do Brasil, sob a perspectiva dos periódicos indexados na SPELL. Ainda no que confere as palavras-chave mais centrais, enfoca-se as palavras-chave que tiveram maior conectividade nesta pesquisa, foram elas: cocriação e inovação aberta; cocriação e valor; cocriação de valor e engajamento; cocriação de valor e criação de valor; cocriação de valor e turismo; cocriação de valor e *stakeholders*; cocriação de valor e serviços; lógica dominante de serviço e *marketing* social; e lógica dominante de serviço e cocriação de valor.

Verifica-se assim uma tendência dos pesquisadores do tema eixo deste estudo em criar *insights*, publicar, disseminar e socializar trabalhos acadêmicos sobre estas temáticas (palavras-chave) mais centrais, contudo, se a palavra-chave (temática) tem baixa centralidade, isto pode vir a ser uma chance de construir novas pesquisas, visto que, estas palavras-chave relacionam-se à termos evidenciados na reunião dos estudos científicos da pesquisa acerca do tema objeto de investigação (Urbizagástegui-Alvarado, 2022; Eichholz *et al.*, 2023). Desta forma, as palavras-chave com menos centralidade podem vir a propiciar novas percepções de pesquisas, contribuindo para que estudiosos sobre o tema âmbito deste estudo, venham a investigá-las, e, por consequência, publicá-las, impactando e colaborando de forma relacional para a evolução do assunto cocriação no cenário acadêmico do Brasil.

## 5 CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo foi investigar o perfil, o comportamento e a tendência da produção científica e da estrutura e formação das redes sociais do tema cocriação na literatura acadêmica brasileira sob a perspectiva da SPELL. Para tanto, usou-se as técnicas de investigação da bibliometria e da sociometria em 176 artigos identificados.

Os principais resultados mostram uma tendência de crescimento do tema cocriação na academia do Brasil, sendo que, os autores mais profícuos e centrais que foram: Flávio Régio Brambilla, Benny Kramer Costa, Cláudio Damacena, Marlusa de Sevilha Gosling, Ricardo Teixeira Veiga, Gabriel Sperandio Milan, Vinícius Sittoni Brasil e Serje Schmidt, são responsáveis por esta ascensão do referido assunto.

Estes pesquisadores também influenciaram no destaque das IES, sendo que, as mais produtivas e centrais deste estudo foram: USP, UFMG, UNINOVE, UFRGS, PUC (RS) e UNISINOS. Salienta-se que, a produção científica do tema cocriação foi diretamente influenciada pela divulgação dos periódicos indexados na base de dados SPELL, sendo que, as revistas científicas que mais se destacaram, nesta pesquisa, foram: ReMark, IJI, RAU, RPCA, INMR, RBTUR, RAE, ReAT e RevHosp.

Em referências as palavras-chave, as mais frequentemente usadas pelos 392 autores nos 176 estudos desta pesquisa foram: cocriação, valor, serviço, inovação, lógica, *marketing*, social, turismo, consumidor, consumo, experiência, rede, co-criação, satisfação, marca, relacionamento, dominante, gestão, modelo, cliente, *stakeholder* e estratégia. E, as palavras-chave com maior *degree* foram: cocriação de valor, cocriação, co-criação, inovação aberta, serviços, turismo, valor, criação de valor, satisfação, inovação, bibliometria, engajamento, *marketing* social, experiência, lógica dominante de serviço, *marketing*, *stakeholders*, consumidor, comportamento do consumidor, co-criação de valor, vantagem competitiva, coprodução e transformação digital. De maneira macro, estas palavras-chave mostram a tendência de temas que os autores que se debruçam em publicar estudos sobre a temática cocriação costumam enfocar, influenciando e contribuindo para a consolidação do assunto cocriação na academia do Brasil.

Ainda no que compete as redes de coautoria e de colaboração das IES, constata-se que ambas tiveram densidades baixas, e tal achado, impacta diretamente no surgimento de laços fracos, influenciando na dispersão das respectivas redes sociais, e, concomitantemente, na coesão interna entre os pesquisadores e de suas respectivas IES nativas, contribuindo para a baixa fluidez do fluxo informacional e de saberes sobre o tema cocriação na literatura científica nacional.

Esta pesquisa vislumbra implicações teóricas ao fornecer compreensibilidade para estudiosos sobre a evolução teórica e a estrutura intelectual para conduzir pesquisas futuras neste campo do conhecimento, acerca do tema cocriação no cenário científico brasileiro à luz dos periódicos indexados na SPELL. A identificação das palavras-chave, e, em sequência, as abordagens conceituais mais importantes sobre o assunto cocriação, pode vir a serem primordiais, pois serão conhecidas de forma mais acentuada, na academia do Brasil por meio dos pesquisadores *seniores* e ou iniciantes sobre o mencionado termo. Em relação as implicações práticas, esta pesquisa pode contribuir e influenciar na construção da teoria da cocriação, no alargamento e robustecimento do ensino nas IES sobre o referenciado tema, no processo decisório e, por conseguinte, na tomada de decisão gerencial dos gestores de empresas.

A limitação desta pesquisa foi a procura e seleção de artigos sobre a temática cocriação por meio da plataforma de dados SPELL. Em consequência, sugere-se para futuros estudos, o aperfeiçoamento desta pesquisa, utilizando-se para isso de outras plataformas de dados nacionais e internacionais, como: Periódicos CAPES, *SciELO*, *Web of Science*, *Scopus*, *EBSCO*. Sugere-se também realizar uma extensão dos indicadores bibliométricos, e,



especialmente, da ARS, enfocando outros índices de redes sociais, tais como coeficientes de agrupamento, centralidade de proximidade, análise de cocitação, análise geodésica. Outra recomendação é realizar uma revisão sistemática da literatura sobre as pesquisas identificadas neste trabalho acadêmico, desenvolvendo a avaliação das referidas investigações, e, os apontamentos de caminhos e *gaps* para o assunto cocriação.

## REFERÊNCIAS

- Alcântara, V. de C. *et al.* (2020). Antropoceno: o campo de pesquisas e as controvérsias sobre a era da humanidade. *Revista Gestão & Conexões*, 9(3), 11-31.
- Bó, G. D., Milan, G. S., Sampaio, C. H., & Perin, M. G. (2017). Desenvolvimento de novos serviços e competitividade: da proposição de valor à cocriação de valor como possível fonte de vantagem competitiva. *Revista de Administração da UNIMEP*, 15(2), 1-25.
- Bonamigo, A. *et al.* (2023). Lean thinking in value co-creation: a basis for innovation in agroindustrial sector. *International Journal of Innovation*, 11(3), 1-38.
- Bordin, A. S., Gonçalves, A. L., & Todesco, J. L. (2014). Análise da colaboração científica departamental através de redes de coautoria. *PCI*, 19(2), 37-52.
- Brizolla, M. M. B., Chiarello, T. C., & Lavarda, C. E. F. (2014). Abordagem a respeito da controladoria e contabilidade gerencial: um estudo das redes sociais publicado em periódicos internacionais. *Revista de Gestão e Contabilidade da UFPI*, 1(1), 119-140.
- Callado, A. L. C., & Silva, A. R. da. (2018). Características da produção científica associada à intangibilidade e desempenho econômico-financeiro sob a perspectiva de redes sociais. *Desafio Online*, 6(1), 122-140.
- Ceron, J., Sousa Araujo, D. de, Pimenta, D. P., & Cunha, M. F. da. (2024). Educação financeira e alfabetização financeira: uma análise bibliométrica sobre a evolução dos trabalhos no Brasil. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 16(3), 1-32. <https://doi.org/10.55905/cuadv16n3-013>
- Cohen, M. M., Silva, C. L. da, & Jorge, M. J. (2018). Cocriação em saúde: um levantamento sistemático da literatura. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 12(3), 79-91.
- Dang, T. D., & Nguyen, M. T. (2023). Systematic review and research agenda for the tourism and hospitality sector: co-creation of customer value in the digital age. *Future Business Journal*, 9(94), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00274-5>
- Eichholz, J. *et al.* (2023). Approaching value co-creation in different contexts through a bibliometric analysis. *Procedia CIRP*, 120, 1161-1166.
- Fan, X., & Luo, Y. (2020). Value co-creation: a literature review. *Open Journal of Social Sciences*, 8(2), 89-98. <http://dx.doi.org/10.4236/jss.2020.82008>
- Favaretto, J. E. R., & Francisco, E. de R. (2017). Exploração do acervo da RAE-Revista de Administração de Empresas (de 1961 a 2016) à luz da bibliometria, text mining, rede social e geonálise. *Revista de Administração de Empresas*, 57(4), 365-390.
- Ferreira, J. B., & Silva, L. de M. (2019). O uso da bibliometria e sociometria como diferencial em pesquisas de revisão. *RBBB*, 15(2), 448-464.
- Figueiredo, R., Quelhas, O., Vieira Neto, J., & Ferreira, J. J. (2019). The role of knowledge intensive business services in economic development: a bibliometric analysis from Bradford, Lotka and Zipf laws. *Gestão & Produção*, 26(4), 1-12.
- Francisco, E. de R. (2011). RAE-eletrônica: exploração do acervo à luz da bibliometria, geonálise e redes sociais. *Revista de Administração de Empresas*, 51(3), 280-306.
- Galvagno, M., & Dalli, D. (2014). Theory of value co-creation: a systematic literature review. *Managing Service Quality*, 24(6), 643-683. <http://dx.doi.org/10.1108/MSQ-09-2013-0187>
- Haddad, E. A., Mena-Chalco, J. P., & Sidone, O. (2017). Produção científica e redes de colaboração dos docentes vinculados aos programas de pós-graduação em economia no Brasil. *Estudos Econômicos*, 47(4), 617-679. <http://dx.doi.org/10.1590/0101-416147414ejoj>

Köhler, A. F., & Digiampietri, L. A. (2021). Pós-graduação em turismo no Brasil: uma análise bibliométrica e de redes sociais. *Rosa dos Ventos*, 13(4), 945-960.

Lima, S. H. de O. *et al.* (2015). O crowdsourcing como fator de competitividade: uma investigação em pequenas empresas do setor da moda em Fortaleza. *RPCA*, 9(3), 138-154.

Machado Junior, C., Souza, M. T. S. de, Parisotto, I. R. dos S., & Palmisano, A. As leis da bibliometria em diferentes bases de dados científicos. *RCA*, 18(44), 111-123.

Machado Junior, C., Souza, M. T. S. de, & Parisotto, I. R. dos S. (2014). Institucionalização do conhecimento em sustentabilidade ambiental pelos programas de pós-graduação stricto sensu em administração. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(6), 854-873.

Mansoni, C., & Brambilla, F. R. (2020). Capacidade de inovação e cocriação: um estudo qualitativo em uma instituição de ensino. *ReAT*, 14(1), 93-109.

Medeiros, N. de C. L. de. *et al.* (2018). Mapeamento dos cursos de pós-graduação em administração e suas respectivas linhas de pesquisas no Brasil. *Pretexto*, 19(2), 29-50.

Munaier, C. G. e S. (2021). “Manto da massa”: pertencimento, cocriação e engajamento em uma campanha histórica de vendas de camisas oficiais no futebol brasileiro. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 10(4), 81-108. <https://doi.org/10.5585/podium.v10i4.18962>

Nascimento, C. A. X. do, Meneghatti, M. R., Hsu, P. L., & Silva, D. da. (2019). Revisitando co-criação – estudo bibliométrico. *Marketing & Tourism Review*, 4(1), 1-25.

Paula, L. de, Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2021). Cocriação de valor e satisfação do cliente na educação profissional: o caso do Senac-RS. *Desenvolvimento em Questão*, 19(55), 189-208. <http://orcid.org/0000-0002-5710-1828>

Pessoa Araújo, U. *et al.* (2017). Trajetória e estado corrente da sociometria brasileira. *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 28(2), 97-128.

Ribeiro, H. C. M. (2022). 20 anos do escândalo corporativo da Enron: uma análise de sua produção científica à luz da análise de redes sociais. *ConTexto*, 22(52), 45-59.

Ribeiro, H. C. M. (2023a). A produção científica sobre fraude no Brasil: uma investigação sob a perspectiva da análise de redes sociais. *Revista Universo Contábil*, 19, 1-30.

Ribeiro, H. C. M. (2020). Analisando a colaboração e produção científica da área ensino e pesquisa em administração e contabilidade. *PCI*, 25(2), 194-222.

Ribeiro, H. C. M. (2017). Bibliometria: quinze anos de análise da produção acadêmica em periódicos brasileiros. *Biblios*, 69, 1-20. <http://dx.doi.org/10.5195/biblios.2017.393>

Ribeiro, H. C. M., & Corrêa, R. (2022). Panorama e Tendência do Estado da Arte da Bibliometria e Sociometria dos Estudos Publicados nos Periódicos Indexados na Scientific Periodicals Electronic Library. *Anais...*, XLVI Encontro da ANPAD - EnANPAD 2022 On-line - 21 - 23 de set de 2022.

Ribeiro, H. C. M. (2021). Estratégia em destaque: duas décadas de produção científica do evento 3Es à luz da análise de redes sociais. *PCI*, 26(4), 113-150.

Ribeiro, H. C. M. (2023b). Governança corporativa: uma análise da produção científica divulgada nos periódicos científicos nacionais indexados na SPELL. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 17(2), 177-197. <https://doi.org/10.12712/rpca.v17i2.58410>

Ribeiro, H. C. M. (2023c). Produção científica dos estudos que utilizaram o método da revisão sistemática da literatura publicados pelos periódicos científicos indexados no SPELL. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 13(2), 149-177.

Ribeiro, H. C. M., & Souza, M. T. S. de. (2022). Economia circular e turismo: produção científica à luz da análise de redes sociais. *Estudios Gerenciales*, 38(164), 385-402.

Ribeiro, H. C. M., Tavares, V. C. M., & Costa, B. K. (2016). Cocriação de valor: uma bibliometria de 2000 a 2014. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 9(1), 118-151.

Ribeiro, T. de L. S., Costa, B. K., & Freire, O. B. de L. (2021). Cocriação de valor no turismo – validação e replicação de escala em relação à intenção de recomendação boca-a-boca. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(2), 1-17. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.1924>



Ribeiro, T. de L. S., Kevin, K. S., Costa, B. K., & Urdan, A. T. (2019). Conhecendo as bases da cocriação de valor. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo*, 13(1), 1906-1926.

Rodrigues, I. M. F. M. *et al.* (2021). Gamificação como uma nova tendência no processo de cocriação. *Revista de Administração Mackenzie*, 22(4), 1–33.

Rossetto, D. E., Bernardes, R. C., Borini, F. M., & Gattaz, C. C. (2018). Structure and evolution of innovation research in the last 60 years: Review and future trends in the field of business through the citations and co-citations analysis. *Scientometrics*, 115, 1329-1363.

Rossoni, L., Hocayen-da-Silva, A. J., & Ferreira Júnior, I. (2008). Aspectos estruturais da cooperação entre pesquisadores no campo de administração pública e gestão social: análise das redes entre instituições no Brasil. *Revista de Administração Pública*, 42(6), 1041-1067.

Rossoni, L., & Rosa, R. A. (2024). Reducing the Matthew Effect on journal citations through an inclusive indexing logic: the Brazilian Spell (Scientific Periodicals Electronic Library) experience. *Publications*, 12(5), 1-24. <https://doi.org/10.3390/publications12010005>

Sampaio, R. B. *et al.* (2015). A colaboração científica na pesquisa sobre coautoria: um método baseado na análise de redes. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 20(4), 79-92.

Saxena, S.; Mishra, S. C.; Mukerji, B. (2024). A multi-method bibliometric review of value co-creation research. *Management Research Review*, 47(2), 183-203.

Schuch, E. M., & Hoffmann, M. G. (2022). Cocriação e design thinking: uma experiência de inovação no Serviço Público em um município brasileiro. *TPA*, 12(1), 1-12.

Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL). *Home*. Recuperado em: <<http://www.spell.org.br/>>

Shah, S. H. H., Noor, S., Ahmad, A. B., Butt, A., & Lei, S. (2022). Retrospective view and thematic analysis of value co-creation through bibliometric analysis. *Total Quality Management & Business Excellence*, 33(7-8), 752-776.

Silva, A. K. A. da. (2014). A dinâmica das redes sociais e as redes de coautoria. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 4(Número Especial), 27-47.

Silva, A. S. da, Farina, M. C., Gouvêa, M. A., & Donaire, D. (2015). Um modelo de antecedentes para a cocriação de valor em serviços de saúde: uma aplicação da modelagem de equações estruturais. *Brazilian Business Review*, 12(6), 124-153.

Souza, M. T. S. de, & Ribeiro, H. C. M. (2013). Sustentabilidade ambiental: uma meta-análise da produção brasileira em periódicos de administração. *RAC*, 17(3), 368-396.

Tomaszewski, R. (2023). Visibility, impact, and applications of bibliometric software tools through citation analysis. *Scientometrics*, 128, 4007-4028.

Urbizagástegui-Alvarado, R. (2022). Bibliometria brasileira: análise de copalavras. *TransInformação*, 34, 1-20. <https://doi.org/10.1590/2318-0889202234e220004>

Vieira, L. J. C., & Silva, H. C. O. da. (2023). A produção científica sobre os estudos bibliométricos no Brasil: uma análise a partir da Brapci. *Em Questão*, 29, 1-31.

Vieira, V. A., Pires, D., & Galeano, R. (2013). Determinantes do desempenho empresarial e das vendas cruzadas no varejo. *Revista de Administração de Empresas*, 53(6), 565-579.

Williams dos Santos, C., & Farias Filho, M. C. (2016). Agentes comunitários de saúde: uma perspectiva do capital social. *Ciência & Saúde Coletiva*, 21(5), 1659-1667.

Zero, B. V., Jhuniior, R. de O. S., & Boaventura, J. M. G. (2020). Mensuração do processo de cocriação de valor em empresas do setor bancário brasileiro. *RASI*, 6(3), 22-41.