

REVISÃO SISTEMÁTICA DE LIETERATURA DE CAPITAL SOCIAL NA ECONOMIA DE PLATAFORMA

JERÔNIMO HENRIQUE PORTES

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE (MACKENZIE)

CLAUDIO JARDIM VARGAS

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE (MACKENZIE)

CAROLINA MOREIRA OTSURU

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE (MACKENZIE)

PAULA MASSAKO BERNARDES SUDA

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO (FGV-EAESP)

REVISÃO SISTEMÁTICA DE LIETERATURA DE CAPITAL SOCIAL NA ECONOMIA DE PLATAFORMA

RESUMO

O crescimento do fenômeno das plataformas digitais tem sido observado ao redor do mundo, bem como suas implicações e impactos para os negócios e a sociedade como um todo. Dessa forma, neste estudo buscou-se identificar na literatura disponível o capital social gerado na economia de plataforma por meio de uma revisão sistemática da literatura. Como resultado foi identificada uma lista dos temas estudados com relação à economia de plataforma e um levantamento dos temas/construtos de capital social que foram pesquisados. Esses achados contribuem para um maior entendimento de como o tema vêm sendo tratado pelos pesquisadores. Além de fornecer caminhos para o desenvolvimento da pesquisa sobre capital social e economia de plataforma, também orienta os administradores de plataformas já consolidadas e empreendedores dessa modalidade de negócios para um maior alinhamento estratégico a partir da inclusão do capital social em suas propostas de valor.

Palavras-chave: Capital Social; Economia de Plataforma

INTRODUÇÃO

O surgimento de novas tecnologias tem inserido no mercado novas formas de relações comerciais, ou alterado relações que antes eram somente de cunho comercial para outras possibilidades mais alternativas. Botsman e Rogers (2010) estudou o fenômeno na perspectiva da colaboração e o chamou de consumo colaborativo. Os aplicativos como intermediários de relações de mercado foi apontado por Sundararajan (2016) como economia compartilhada, o autor inseriu na discussão questões importantes, como a visão do capitalismo de multidão e efeito de rede.

Destaca-se também, que algumas correntes de estudo desses modelos os veem em uma perspectiva mais preocupada com os impactos negativos que eles podem trazer. Os principais questionamentos que estão em torno da discussão estão ligados ao trabalho (Huws et al., 2017), discurso altruísta em detrimento da apropriação de uma fatia muito grande do capital financeiro dessas plataformas (Slee, 2017). Assim, para não fazer atribuição e valor ao tema e para buscar capturar o máximo de informações que possam contribuir para essa pesquisa optou-se por tratar o fenômeno com 'economia de plataforma' (Huws et al., 2017).

Muitas das publicações em economia de plataforma, principalmente os trabalhos e livros precursores do assunto levantam questões relacionadas ao melhor aproveitamento dos ativos subutilizados, acesso em detrimento da posse, compartilhamento, comunidade, colaboração e confiança (Botsman & Rogers, 2010; Belk, 2014; Sundararajan, 2016). Essas mesmas questões apontam para uma área de estudo já explorada a mais tempo, o capital social. Putnam (1993) refere-se ao capital social como alguns aspectos da organização social, como redes, normas e confiança que podem facilitar a coordenação e cooperação e gerar benefícios comunitários. Portes (2019) observou que havia a geração de capital social das relações entre motoristas de aplicativos na região da grande São Paulo. O estudo buscou compreender como era gerado capital social na economia de plataforma por meio de uma pesquisa exploratória conduzida com uma etapa de observação participante e aplicação de entrevistas aos motoristas. No relatório final demonstrou como se dá esse processo e apresentou uma lista dos benefícios obtidos das relações entre os motoristas.

Essa situação leva à seguinte pergunta: Quais tipos de capital social são produzidos na economia de plataforma? Essa pergunta será respondida através de uma revisão sistemática da literatura, a fim de identificar os diferentes tipos de capital social que são gerados na economia de plataforma e gerar uma lista completa de temas, que descrevem esses tipos de capital social.

Com os resultados desta pesquisa espera-se produzir implicações práticas no sentido oferecer caminhos aos empreendedores da economia de plataforma. Os negócios baseados em plataformas têm se mostrado ótimas oportunidades para empreendedores em termos de custos e oportunidade de crescimento. Assim, um mapeamento do capital social gerado nesse contexto pode ajudar no alinhamento estratégicos de startups, bem como oferecer ideias para o surgimento de novos modelos de negócio ou apontar seguimentos com potencial para serem explorados.

Nos próximos capítulos serão apresentados os principais conceitos trabalhados nessa pesquisa, bem como os caminhos metodológicos percorridos, uma análise e discussão dos resultados alcançados e as considerações finais do estudo.

REFERENCIAL TEÓRICO

Capital Social

Capital social segundo a conceituação de Putnam (1993), diz respeito aos aspectos da organização social, relacionados à redes, normas e a confiança que funcionam com intermediários para facilitar a coordenação e cooperação, que geram benefícios mútuos. O capital social adiciona valor aos investimentos em capital humano, capital físico aumentando os seus benefícios para o contexto social em que se insere. Para Bourdieu (1996) trata-se do conjunto de recursos existentes ou potenciais colocados disposição para a posse de redes duráveis de relações, com normas legitimadas pelo convívio e o reconhecimento social. Nahapiet e Ghoshal (1998) define capital social como o total de ativos existentes e potenciais que residem e podem ser obtidos por meio de redes de relacionamentos de pessoas ou unidades sociais. Os autores também propõem uma classificação do capital social em três dimensões, a estrutural ‘presentes em determinado contexto social’, cognitiva ‘interesses comuns entre indivíduos’ e relacional ‘proveniente dos diversos tipos de relacionamentos entre os indivíduos’.

Outra definição nessa mesma linha é dada por Fukuyama (1996), que define capital social como sendo valores ou normas informais, que permite a cooperação entre membros de um mesmo por meio da confiança. Coleman (1990) trabalha o capital social como uma variedade de entidades composta por dois ou mais elementos em comum, em que elas consistem em aspectos das estruturas sociais que facilitam ações e acessos dos atores dentro da estrutura. Posteriormente Putnam (2000) apresenta uma outra definição mais completa de capital social, pois captura as características mais persistentes do conceito. Nessa definição o autor aponta para um conjunto de normas e laço possibilitados pela confiança e reciprocidade de uma comunidade capazes de facilitar a produção de capital humano e físico.

Para Bourdieu (1996) o *habitus* que constitui a nossa maneira de perceber, julgar e valorizar o mundo. É ele que confere conformidade entre as nossas atitudes, tanto corporais, quanto material. O *habitus* é composto do *ethos*, *héxis* e o *eidos*, sendo o primeiro os valores em estado práticos e não-consciente, que ordena a moral cotidiana. Ele se diferencia da ética, sendo um conjunto sistemático de disposições morais, de princípios práticos, enquanto a ética se constitui na forma teórica, argumentada, explicitada e codificada da moral. É através da *héxis*, que os princípios são interiorizados pelo corpo: e se manifestam em expressões corporais, posturas, aptidões corporais que não é dada pela natureza, mas adquirida; esta visão o autor herda de Aristóteles. Já o *eidos*, constitui um modo de pensar específico, uma apreensão intelectual da realidade, que deriva de Platão e Aristóteles. Este é um princípio de uma construção da realidade fundada na crença pré-reflexiva e no valor indiscutível nos instrumentos de construção e nos objetos construídos (Thiry-Cherques, 2006).

Bourdieu (1996) ao capital social os conceitos de *habitus* e *compus*. O *habitus* intermedia a relação entre as estruturas objetivas e as condutas individuais. Isso é condicionado sobre a forma de disposições duráveis, como as estruturas mentais, na medida em que as características

que constitui uma coletividade, grupo, ou mesmo estratos sociais estão interiorizada pelo indivíduo. Esse processo de interiorização da objetividade social e de manifestação da interioridade caracteriza as relações do indivíduo com um determinado universo social. Essa ideia de universo social remete ao conceito de campo (Thiry-Cherques, 2006).

O campo pode ser entendido como um espaço estruturado onde os agentes interagem e competem entre si buscando alcançar posições que lhes confirmam o exercício do poder. Este poder pode se caracterizar pelo acúmulo de capital do agente, seja ele material ‘econômico e bens’ ou simbólico ‘status’ (Carneiro, 2008). Bourdieu (1996) defende a ideia de que o campo como estrutura objetiva que determina nossas atitudes, ou seja, nossos hábitos de consumo, modos de produção, bem como o processo de acumulação. Esse processo se constitui através das propriedades universais dos campos (*doxa, nomos* e capital). A *doxa* diz respeito ao senso comum e caracterizada por opiniões consensuais. *Nomos* representa as leis gerais de cada campo, vale destacar que cada campo possui *nomos* distintos. Quanto ao capital, ele é o próprio objeto de acumulação identificado pelo autor em tipos diversos, sendo bens econômicos, culturais, sociais e simbólicos.

As relações para a formação das redes são entre iguais, ou seja, entre indivíduos com características demográficas semelhantes, essas relações, no âmbito do capital social, são entendidas com *bonding social capital* ou “capital social de ligação”. Esse formato de estruturação de redes não permite que a comunidade ultrapasse suas próprias fronteiras. A ruptura é fundamental para a construção de objetivos comuns e para que haja confiança entre membros de diferentes comunidades. Para que essas redes se ampliem para ligações com outras comunidades semelhantes e, assim, ampliem o alcance de suas ações é preciso se estabelecer o *bridging social capital* ou “capital social de ponte”. No entanto, mesmo com a ampliação em termos de comunidades, essa configuração de rede ainda apresenta características horizontais. Dessa forma, para que essa comunidade possa ampliar seu alcance, ela deve buscar laços com indivíduos com posição de autoridade. Esses indivíduos podem intermediar recursos adicionais para auxiliar no desenvolvimento da comunidade. Tal estruturação é denominada como *linking social capital* ou “capital social de conexão”(Putnam, 2000).

Economia de Plataforma

Os conceitos de economia compartilhada (Sundararajan, 2016), consumo colaborativo (Botsman & Rogers, 2010) não são necessariamente conceitos novos, mas eles vêm ganhando uma grande notoriedade a partir de um tipo da cultura ou prática de consumo denominado consumo colaborativo. Nesse modelo de consumo, indivíduos podem ter acesso como alugar, comprar ou mesmo compartilhar ativos de forma colaborativa. Diversos tipos de produtos e serviços são transacionados de forma colaborativa, como veículos, ferramentas, quartos, estacionamentos, salas comerciais etc., como forma de gerar um melhor aproveitamento desses ativos (Zervas et al., 2017).

No entanto, com o advento dos avanços tecnológicos, principalmente as plataformas digitais embarcadas em aparelhos computacionais ‘*tablets e smart phones*’ vêm trazendo profundas alterações na economia à medida que insere novos modelos de negócio no mercado (Kenney, Martin; Zysman, 2015). Esses modelos de negócio baseados em plataformas têm gerado diversas discussões ao redor do mundo, diversas correntes de pensamentos tentando compreender e descrever o fenômeno. Os mais otimistas vêem possibilidade de uma grande alteração na forma da estrutura de consumo, que pode passar de uma economia orientada pelo consumismo para uma economia centrada na partilha de bens e serviços baseado na confiança, principalmente na ideia de confiança entre estranhos (Botsman & Rogers, 2010). O fenômeno é entendido por Rifkin (2014) como a sociedade com custo marginal zero, ou quase zero, pois praticamente não há custos em produzir unidades adicionais nesses novos modelos de negócio. Sundararajan (2016) se refere ao conceito como economia compartilhada no título de seu livro, mas o descreve como sendo um capitalismo de multidão. De fato, ainda se sabe pouco desse

fenômeno e de seus desdobramentos futuros, mas é certo que os negócios intermediados por plataformas digitais crescem no mundo inteiro à medida que os *smart phones* e o acesso à internet vão se popularizando (Kenney, Martin; Zysman, 2015).

Alguns autores questionam o caráter colaborativo de várias das plataformas de compartilhamento, como é caso de Slee (2017), que tece uma extensa discussão sobre os reais interesses das plataformas, principalmente as gigantes desse mercado no âmbito dos EUA. Outros autores também vêm se dedicando a entender os impactos negativos dessas plataformas, como é caso de Huws et al. (2017), que realizaram um levantamento dos riscos e oportunidades das plataforma na União Europeia. Schor e Attwood-Charles (2017) adotam uma postura crítica, quanto à economia de plataforma apontando questões ligadas aos interesses com fortes orientações comerciais dos modelos em detrimento de objetivos mais altruístas, assim como Slee (2017). Mesmos esses autores que abordam o tema com uma visão crítica entendem a grande capacidade de ter modelos de negócios mais colaborativos e que gerem benefícios mútuos à sociedade. Rifkin (2014) dedica um capítulo de seu livro para tratar do capital social gerado pelos participantes dessa economia de baseada em plataforma.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo apresenta o resumo de uma revisão da literatura sobre o capital social que é gerado na economia de plataforma e adota uma abordagem baseada em evidências para cumprir com seus objetivos (Tranfield et al., 2003). A estratégia de pesquisa utilizada é a revisão sistemática da literatura por utilizar processos científicos e transparentes que possibilitam sua replicação (Tranfield et al., 2003). Inicialmente foram realizadas buscas na base ISI Web of Science com palavras-chave de forma individual até se chegar a uma combinação de parâmetros que se considerou adequada aos objetivos do estudo. Essa combinação agrupa as diversas palavras-chave encontradas se referindo ao fenômeno estudado ‘economia de plataforma’ com o operador ‘OR’ e as relaciona com o capital social por meio do operador ‘AND’, conforme sentença: ((((((TS=*collaborative economy*) OR ALL= (*platform economy*))) OR ALL= (*collaborative economy*))) OR ALL= (*collaborative consumption*))) OR ALL= (*gig economy*))) OR ALL= (*sharing economy*))) AND ALL= (*social capital*). Dessa consulta, sem a aplicação de filtros obteve-se 48 documentos que foram analisados e classificados. Os critérios adotados para inclusão foram: trabalhos que estudaram o capital social na economia de plataforma; aqueles que possuíam pesquisas empíricas; escritos no idioma inglês; e que constasse da base ISI Web of Science. Os trabalhos identificados como de revisão literatura e ensaios teóricos forma excluídos.

Para conduzir o processo de exploração da literatura utilizou-se algumas das etapas definidas por Petticrew e Roberts (2006), essas etapas são detalhadas na Figura 1. Inicialmente definiu-se o problema de pesquisa e objetivos (etapa 1) que nortearam o artigo. A pesquisa foi conduzida por um aluno de doutorado direcionado e supervisionado por um professor do programa, que decidiram juntos os caminhos percorridos na construção do trabalho (etapa 2). Para orientar as etapas subsequentes foi construído um protocolo de revisão sistemática de literatura (etapa 3).

Na aplicação da pesquisa foram realizadas consultadas na base do Web of Science (etapa 4). As palavras-chave ‘*collaborative economy*’, ‘*platform economy*’, ‘*collaborative economy*’, ‘*collaborative consumption*’, ‘*gig economy*’, ‘*sharing economy*’ e ‘*social capital*’, conforme *string* apresentada acima. Dessa consulta retornaram 48 registros advindos de revistas científicas (34) e conferências (14), artigos de revisão de literatura e pesquisa empírica.

Na etapa (5) os resumos dos artigos foram lidos e foram aplicados os critérios de inclusão definidos, dessas leituras escolheu-se 38 artigos completos para serem analisados. Na etapa seguinte (6), esses artigos foram lidos e da leitura decidiu-se pela exclusão de 13 deles da base restando 25 artigos para análise. Os motivos que levaram a exclusão foram, o fato de um dos artigos estar duplicado como artigo de conferência e artigo de revistas científicas e os demais

não tratavam do tema abordado nesta pesquisa. Assim, todos os artigos que compôs a base de análise deste estudo possuem aplicação empírica e estão diretamente ligados à economia de plataforma e capital social.

Figura1. Passos da revisão sistemática

Planejamento	1 - Definição da questão de pesquisa
	2 - Definição do comitê
	3 - Definição do protocolo de pesquisa
Pesquisa	4 - Pesquisa por palavras chave
	5 - Seleção de artigos para revisão
	6 - Seleção de artigos pelos critérios definidos
Análises	7 - Classificação dos 26 artigos, quanto à economia de plataforma
	8 - Análise do capital social abordado nos estudos
	9 - Consolidação de um mapa do capital social na economia de plataforma

Fonte: Adaptado de Petticrew e Roberts (2006)

Na etapa (7) os 25 artigos selecionados foram classificados, quanto às suas estratégias de pesquisa, qualitativa, quantitativa e ambas as abordagens, e quanto aos tipos de conceito da economia de plataforma predominante, economia compartilhada e consumo colaborativo. Outra classificação realizada buscou identificar quem era o objeto da pesquisa, ou seja, se a pesquisa estava estudando os participantes, que podem ser ofertantes ou demandantes nas plataformas, ou se o foco foi estudar as plataformas. Também foi identificada nessa etapa, o tipo de relação comercial intermediado pela plataforma estudada. Posteriormente (etapa 8) foram processadas análises temáticas dos conteúdos empíricos dos artigos com base nas classificações para identificar as relações com capital social, que estavam sendo abordadas nessas pesquisas. A etapa (9) conclui a pesquisa com a construção de um mapa consolidado do capital social produzido na economia de plataforma. Na busca de resultados relevantes, foram extraídos os objetivos, palavras-chave, procedimentos metodológicos aplicados, o corpo empírico e os resultados e contribuições dos artigos. A etapas 7, 8 e 9 foram conduzidas com base nas seis fases da análise temática proposta por Nowell et al. (2017): familiarização com os dados de pesquisa; geração de códigos iniciais; procura por temas; revisão de temas; definição e nomeação dos temas; e a produção o relatório.

ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No Quadro1 são apresentadas as classificações dos artigos por ano, tipo de abordagem ‘qualitativa e quantitativa’, tipo economia de plataforma predominante, objeto, tipos de objeto e tipo de plataforma. A classificação por ano aponta para atualidade do tema estudado aqui, pois a relação direta entre a economia de plataforma e o capital social começou ser estudada em 2014. Quanto à abordagem, 14 artigos utilizaram a quantitativa, talvez pelo fato de o capital social já ser um tema bastante explorado nas ciências sociais, 9 qualitativas e 2 fizeram uso da combinação das duas abordagens. A ideia de classificar os artigos pelo tipo de economia de plataforma é de apontar o caráter inicial da pesquisa nessa área, pois ainda não se têm uma definição amplamente aceita para o fenômeno (Drahokoupil & Jepsen, 2017). Vale destacar, que as tratativas predominantes nos artigos dessa pesquisa foram economia compartilhada ‘EC’ e consumo colaborativo ‘CC’, raramente os autores se referiram a outros nomes como *gig economy*, ou mesmo economia de plataforma. A identificação do objeto de pesquisa pode apontar para a preferência dos autores entre estudar os usuários ou os fornecedores das plataformas. Pelo fato desse artigo estar tratando do capital social na economia de plataforma

era esperado que houvesse uma quantidade maior de estudos com foco nos usuários, principalmente os demandantes. Quanto à classificação pelo tipo de intermediação, o objetivo é segmentar as análises por temas para compreender como a literatura vêm relacionando o capital com os diversos tipos plataformas. Esses temas irão conduzir as discussões que virão a seguir.

Acomodação – Dos 25 artigos escolhidos para a pesquisa, 7 estudaram plataformas de acomodação, 4 utilizaram a abordagem quantitativa e 3 a qualitativa. Wang e Ho (2017) investigaram o comportamento de cidadania do consumidor em resposta à participação de empresas em atividades de Responsabilidade Social Corporativa e compartilhamento de oportunidades econômicas. Eles aplicaram a pesquisa com hóspedes da plataforma Airbnb. O estudo analisou as relações entre responsabilidade social corporativa, valor percebido de sustentabilidade, identificação do consumidor com a empresa, capital social e comportamento de cidadania do cliente. Huang e Kuo (2020) buscaram explicar por que os indivíduos desejam compartilhar seus ativos com outros a partir do desenvolvimento de dois modelos. Um baseado na teoria do comportamento planejado e outro baseado na teoria do capital social. Os autores testaram os seguintes construtos: benefício econômico, reputação, conveniência, singularidade, relação, gostando de ajudar, autovalorização, consciência ambiental, condições tecnológicas facilitadoras, atitude, normas subjetivas, controle comportamental percebido, laços de interação social, visão compartilhada, linguagem compartilhada, identificação, Confiança e intenção de compartilhar ativos. Os temas/construtos apontam para uma análise mais alinhada aos conceitos Bourdieu (1996) de *habitus* e *campus*.

No texto de S. Kim et al. (2018) o objetivo foi responder por que os anfitriões ajudam estranhos sem qualquer benefício econômico esperado nas redes de intercâmbio de hospitalidade online. Para o estudo foram trabalhados os construtos: motivações individuais ‘gostar de ajudar’; capital estrutural ‘grau de centralidade’; capital cognitivo ‘narrativas compartilhadas e permanência no CouchSurfing’; capital relacional ‘desejo de fazer amigos e reciprocidade’. Esses construtos foram relacionados com intenção de compartilhar acomodações ‘variável dependente’ e confiança no site do CouchSurfing ‘variável moderadora’. Sarkar et al. (2020) seguem uma linha de pesquisa diferente das que vêm sendo desenvolvidas nessa área e afirma, que o trabalho emergente tem se concentrado nas motivações do lado da demanda para se engajar na economia compartilhada. No entanto, eles decidiram por analisar as motivações dos fornecedores do lado da oferta. Além de várias variáveis demográficas e econômicas os autores verificaram a importância do capital social, sustentabilidade e confiança na motivação dos ofertantes do Airbnb.

Quadro 1. Classificação dos 26 artigos da pesquisa

REFERÊNCIA	ANO	TIPO	TIPO (EP)	OBJETO	TIPO OBJ.	TIPO PLAT.
(Wang & Ho, 2017)	2017	Quanti.	EC	Participantes	Demandantes	Acomodação
(Huang & Kuo, 2020)	2020	Quanti.	EC	Participantes	Ofertantes e Demandantes	Acomodação
(S. Kim et al., 2018)	2018	Quanti.	EC	Participantes	Ofertantes	Acomodação
(Saturnino & Sousa, 2019a)	2019	Quali.	EC	Participantes	Ofertantes	Acomodação
(Ladegaard, 2018)	2018	Quali.	EC	Participantes	Ofertantes	Acomodação
(Sarkar et al., 2020)	2020	Quanti.	EC	Participantes	Ofertantes	Acomodação
(Griggio & Oxenswärdh, 2021)	2021	Quali.	EC	Participantes	Ofertantes	Acomodação
(Jin et al., 2021)	2021	Quanti.	EC	Plataforma	Empresa	Avaliações online
(Delacroix et al., 2019)	2019	Quali.	EC	Participantes	Ofertantes e Demandantes	Comércio - Grupos do Facebook
(Gheitasy et al., 2014)	2014	Ambos	CC	Participantes	Ofertantes e Demandantes	Comércio de artesanatos
(Lopaciuk-Goncaryk, 2019)	2019	Ambos	EC	Participantes	Ofertantes e Demandantes	Comércio de Câmbio

(Crucke & Slabbinck, 2021)	2021	Quanti.	EC	Participantes	Demandantes	Compartilhamento de automóveis
(Tchorek et al., 2020)	2020	Quanti.	EC	Participantes	Ofertantes	Compartilhamento de automóveis
(Javaid & Kohda, 2019)	2019	Quali.	EC	Participantes	Ofertantes	Compartilhamento de automóveis
(Couzineau-Zegwaard & Meier, 2018)	2018	Quali.	EC	Plataforma	Empresa	Compartilhamento de automóveis
(Wei et al., 2019)	2019	Quanti.	EC	Participantes	Demandantes	Compartilhamento de Estacionamento
(Williams et al., 2020)	2020	Quali.	EC	Participantes	Ofertantes e Demandantes	Entrega de Alimentos
(Dillahunt & Malone, 2015)	2015	Quali.	EC	Participantes	Ofertantes	Mão-de-obra
(E. Kim & Yoon, 2021)	2021	Quanti.	CC	Participantes	Demandantes	Não especificado
(Kang & Na, 2018)	2018	Quanti.	EC	Participantes	Demandantes	Não especificado
(Eichhorn et al., 2020a)	2020	Quanti.	EC	Participantes	Demandantes	Não especificado
(Dai et al., 2018a)	2018	Quanti.	EC	Plataforma	Empreendedores	Não especificado
(Barkhatov et al., 2019).	2018	Quanti.	EC	Participantes	Ofertantes e Demandantes	Não especificado
(Barnes & Mattsson, 2016)	2016	Quali.	CC	Plataforma	Empreendedores	Mão-de-obra
(Davlembayeva et al., 2020b)	2020	Quanti.	EC	Participantes	Ofertantes e Demandantes	Não especificado

Fonte: O autor

O artigo de Saturnino e Sousa (2019) trouxe uma reflexão sobre como as plataformas digitais utilizam idealizações sociais sobre o compartilhamento como um valor moral para estimular os modos de produção do capitalismo digital proporcionando novas formas de dramatização social e transformando um anfitrião Airbnb em um autoempresendedor. Eles levantaram questões como o desenvolvimento de habilidades de simpatia e sociabilidade dos anfitriões e que incorporam a vivência no aplicativo como um estilo de vida. Mas inferiram precariedade, mesmo contrariando a visão dos anfitriões. Com base em entrevistas com 43 anfitriões do Airbnb na Grande Boston Ladegaard (2018) analisou como esse novo arranjo econômico une as pessoas na diferença e apresentou o capital social como uma categoria de análise. Nessa categoria mencionou, expansão de redes sociais, laços ao redor do mundo, relacionamentos e amizade. Por fim, Griggio e Oxenswärdh (2021) realizaram um estudo exploratório que discute como o capital humano de alguns empreendedores de estilo de vida de *Bed and Breakfast* B&B do Airbnb afeta seus planos e práticas de sustentabilidade. Eles chegaram em três temas de análise: capital humano e sustentabilidade ambiental, capital humano e sustentabilidade social ‘capital social’ e capital humano e sustentabilidade cultural ‘capital cultural’, onde há destaque para a colaboração em redes duráveis como importância do capital social.

Avaliações online - Em dois estudos, Jin et al. (2021) examinaram se a autoverificação online com identidade ou sem identidade leva à qualidade diferente das avaliações online de restaurantes. Eles identificaram, que ambas fornecem qualidade semelhantes nas avaliações. As verificações foram realizadas relacionado a autoverificação e qualidade das avaliações com laços sociais e capital social ‘*bringing, bonding e maintaining*’ (Putnam, 1993). Os resultados do Estudo 2 mostrou que os indivíduos constroem estruturas sociais em redes sociais e suas relações sociais são afetadas por seus laços sociais.

Comércio – Grupos Facebook – O estudo de Delacroix et al. (2019) identificou os empreendedores de subsistência digital como um novo tipo de empreendedor que apareceu

recentemente em países desenvolvidos. Em contraste com uma visão mais difundida onde os empreendedores digitais são geralmente apresentados como indivíduos jovens, urbanos e bem-educados que trabalham para *startups* inovadoras. Os autores analisaram grupos de comércio no Facebook sob a ótica dos três tipos de capital de Nahapiet e Goshal (1998) estrutural ligado à interação social e vínculos, cognitivos relacionado à visão compartilhada e relacional ligados à confiança e confiabilidade.

Comércio de artesanatos - A pesquisa de Gheitsy et al. (2014) buscou responder a estas questões: Quais são as lacunas sociotécnicas nas tecnologias de apoio ao consumo colaborativo online? Como podemos apoiar melhor o projeto de plataformas consumo colaborativo online na identificação dessas lacunas? Como o capital social é formado em consumo colaborativo online? Como avaliar comunidades colaborativas online? A pesquisa foi aplicada à plataforma ETSY, que permite que membros com interesses comuns colaborem, troquem informações, experiências e apoio, e também se encontrem para comercializar artesanatos. Eles analisaram por meio de entrevistas os seguintes construtos: relacionamento social; reciprocidade; confiança 'privacidade e identidade'; criação de conteúdo / contribuição de membros; objetivo, políticas e procedimentos; design e apresentação de informação; suporte de tecnologia; navegação; controle do usuário; e confiabilidade.

Comércio de câmbio - O estudo de Lopaciuk-Gonzaryk (2019) examinou os mecanismos de formação de capital social em um sistema de comércio de câmbio local polonês para determinar se as interações interpessoais conectadas com transações influenciam as atitudes cooperativas e comportamentos dos membros do sistema. A principal descoberta do artigo é que as atitudes cooperativas parecem ser mais uma razão para ingressar em LETSs e não o efeito de aprender observando provedores cooperativos ou tendo interações com muitos provedores regulares, que pode gerar, portanto, sentindo, gratidão e um sentimento de associação. Ou seja, o LETs só prospera bem onde já há capital social que gera atitudes cooperativas.

Compartilhamento de automóveis - A pesquisa de Crucke e Slabbinck (2021) avaliou empiricamente qual forma organizacional, de comunidade aberta ou fechada é mais bem-sucedida em atrair novos consumidores para as organizações de compartilhamento que são copropriedade de seus usuários. Eles concluíram com base na confiança e risco de escassez percebida 'disponibilidade de veículo' que as organizações que operam em comunidades abertas têm mais sucesso em atrair novos consumidores para a plataforma. O trabalho de Tchorek et al. (2020) teve como objetivo explorar os papéis da confiança social e do capital social na estipulação do processo de cocriação de valor, entendido no artigo como a capacidade para compartilhar informações (dialogar) com outros usuários e a operadora do sistema. Os autores pesquisaram usuários da empresa PANEK CS, uma plataforma de compartilhamento de carros em Varsóvia. A pesquisa trabalhou a questão da confiança para gerar trocas de informações 'diálogo' entre usuários da plataforma e entre usuários e a plataforma. Os resultados apontam para a existência de um nível de confiança social incorporado na população de jovens poloneses, que pode resultar em um nível mais alto de confiança social geral.

As pesquisas sobre *carsharing* enfocaram principalmente os aspectos técnicos e organizacionais, sendo as dimensões empresarial e gerencial pouco discutidas. O artigo de Couzineau-Zegwaard e Meier (2018) sobre inovação se concentrou em uma grande operadora de compartilhamento de carros, a Lorbeer, para entender os mecanismos por trás de seu sucesso. O principal achado do trabalho aponta as condições de surgimento da solução de *carsharing* ao longo do processo de criação do ator da rede são reforçadas pelas condições de criação do capital social da empresa familiar, sendo: estabilidade, interações, valorização do patrimônio comum, influência nos parceiros, fechamento da rede e visão conjunta sobre padrões que promovem a inovação.

Diferente do compartilhamento de automóveis Javaid e Kohda (2019) estudaram a Careem, uma plataforma do Paquistão com modelo de negócios parecido com Uber, ou seja, aqui não se trata do compartilhamento do ativo, mas sim da carona 'serviço de transporte'. O objetivo da pesquisa foi entender melhor as diferenças entre o processo de co-criação de valor de saudação de carona normalmente encontrado em países em desenvolvimento e o processo de co-criação de valor de saudação de carona prevalecente em países desenvolvidos. Os resultados trazem a proposta de valores da Careem em três pilares: (1) para o cliente: transporte seguro; relação preço / desempenho atraente; confiabilidade; e liberdade de movimento. (2) para o motorista: renda saudável; educação; oportunidade de emprego; e apoio a igualdade entre gêneros 'mercado de trabalho'. (3) para a sociedade: empoderamento das mulheres; estabelecimento de uma cultura de compartilhamento; aumento do capital social 'confiança'; aumento da segurança no transporte público.

Compartilhamento de estacionamentos – O artigo de Wei et al. (2019) examina o comportamento de compartilhamento na economia compartilhada com base na teoria do capital social e na teoria da troca social, e examina o exemplo da USPACE, uma empresa iniciante que fornece serviços de estacionamento compartilhado na metrópole, Taiwan. Eles testaram os construtos confiança, identificação, norma, recompensa extrínseca, reciprocidade, prazer em ajudar e comportamento de compartilhamento com intenção de compartilhamento. Os resultados alcançados mostram que a confiança e a identificação afetaram significativamente a intenção de compartilhar, assim como as recompensas extrínsecas e o prazer em ajudar os outros, enquanto as normas e a reciprocidade não têm impactos significativos na intenção de compartilhar.

Entrega de alimentos - Williams et al. (2020) examinaram o feedback da multidão em ecossistemas de aplicativos de economia do compartilhamento. Eles realizaram um estudo de caso direcionado ao ecossistema de aplicativos de entrega de alimentos 'UberEats'. Os autores desenvolveram um modelo de análise de sentimento para captura de *feedbacks* de clientes de diferentes dimensões da relação com os serviços de entrega de alimentos. O estudo usou a captura combinada de substantivos, verbos e adjetivos por meio de algoritmo, para identificar as percepções dos clientes sobre diferentes aspectos desses serviços: comida, aplicativo, serviço, entrega, tempo, consumidor, motorista, restaurante, dinheiro. A principal contribuição apresentada no artigo foi fornecer uma possibilidade de análise dos gaps desses serviços, com baixo custo para orientar os empreendedores na construção de soluções ajustadas às reais necessidades dos clientes. Ou seja, uma forma de usar o capital social das contribuições que os participantes da economia de plataforma oferecem nas suas trocas de informações nas redes sociais, nesse caso o Twitter.

Mão-de-obra – Dillahunt e Malone (2015) descrevem os resultados de um workshop baseado em um *design* participativo, que investigou a percepção e a viabilidade de encontrar um emprego temporário e compartilhar recursos sobressalentes usando aplicativos de economia compartilhada. Os autores discutem os resultados da pesquisa em três categorias: confiança na economia de compartilhamento; condições para massa crítica e crença nos bens comuns; e aumento de vinculação e capital vertical. O artigo mostra que as populações mais marginalizadas tendem a não confiar nas plataformas. Assim a principal contribuição do estudo é apoiar ainda mais a massa crítica e crença nos bens comuns, contribuindo de forma equilibrada entre reciprocidade, eficácia coletiva e geração de renda através da "vinculação" e do capital vertical.

Não especificado – Sete dos 25 artigos analisados não especificaram o tipo de plataforma tratando o fenômeno de forma mais geral. Barkhatov et al. (2019) estudaram as características e tendências do desenvolvimento da economia compartilhada na Rússia, analisando as principais esferas em que o modelo semelhante de relações se desenvolve e estabeleceram as razões que estão retardando o desenvolvimento da economia compartilhada. O estudo é

resultado de uma pesquisa bem simples aplicada na Rússia e aponta para um baixo grau de confiança nos serviços da economia compartilhada no país. E. Kim e Yoon (2021) estudaram os determinantes que motivam os participantes a perceber uma atitude positiva em relação ao consumo colaborativo com foco em três características salientes do capital social: objetivo compartilhado, vínculo de interação social e normas de reciprocidade. Os construtos analisados foram objetivo compartilhado, laços de interação social, normas de reciprocidade, prazer, benefício econômico, sustentabilidade e atitude de consumo colaborativo. O estudo revelou que, entre as dimensões do capital social, que são ‘objetivo compartilhado’, ‘vínculo de interação social’ e a ‘norma de reciprocidade’, o objetivo compartilhado acabou sendo o mais forte impulsionador da motivação afetando positivamente todas as variáveis analisadas.

A pesquisa de Kang e Na (2018) avaliou as características do relacionamento e do capital social na perspectiva da vinculação interdependente entre as empresas de economia da partilha e os consumidores, que podem criar redes sociais e a vantagem competitiva de relacionamento. As variáveis de características de relacionamento foram: influência mútua, senso de pertencer, atendimentos das necessidades e conexão emocional. As variáveis definidas para capital social foram: compartilhamento de informações, autorrealização, participação social e prazer. Já as variáveis de redes sociais foram relações sociais e compromisso social, essas foram relacionadas às variáveis características de relacionamento e as de capital social. Posteriormente as variáveis de redes sociais foram analisadas em relação à vantagem competitiva de relacionamento, que por sua vez foi relacionada com compromisso de continuidade. Os resultados alcançados destacam a forte papel do capital social e das características de relacionamento para gerar vantagem competitiva para as empresas que operam as plataformas.

Eichhorn et al. (2020) conceitualizaram o engajamento na economia do compartilhamento como uma forma de participação online e aplicaram uma perspectiva de desigualdades digitais para examinar a estratificação social do compartilhamento comercial. Eles partiram de três hipóteses para conduzir as análises: H1: Os cinco estágios de acesso, ‘acesso ao conhecimento, acesso motivacional, acesso ao material, acesso de habilidades e acesso de uso’ estão relacionados positivamente entre si de forma hierárquica.; H2: Níveis mais elevados de status socioeconômico, capital social e urbanidade estão positivamente relacionados ao acesso à economia compartilhada em todos os estágios.; e H3: A confiança geral nos outros, o voluntarismo, a capacidade de inovação e o materialismo estão positivamente relacionados aos motivos dos indivíduos para se engajarem no compartilhamento. Os autores concluíram que a economia compartilhada parece estar normalizando as relações de poder estabelecidas em vez de cumprir as esperanças de uma redistribuição de oportunidades. Dessa forma, o texto recorreu à Bourdieu (1996) para argumentar que a estrutura baseada na comunidade de plataformas de compartilhamento fornece um benefício hedônico para usuários com disposições habituais correspondentes.

Davlembayeva et al. (2020) adotou uma abordagem abrangente para investigar de forma ampla o papel dos fatores que facilitam a troca social, a expectativa de reciprocidade e o valor social no comportamento de uso na economia compartilhada. Os autores relacionaram os fatores de mudança social ‘laços sociais, visão compartilhada, identificação, crença altruísta, crença biosférica e crença egoísta, normas de reciprocidade e valor social percebido’ com o comportamento de uso. Posteriormente, eles relacionaram o comportamento de uso com inclusão social e bem-estar subjetivo usando como variáveis moderadoras a ‘idade, renda, frequência de uso e intensidade de uso’. Dos resultados destaca-se que as pessoas usam plataformas de compartilhamento independentemente da força dos laços sociais dentro de uma comunidade. Os usuários se envolvem na economia de compartilhamento para fazer novas conexões e aumentar a ponte laços na rede. Esse achado corrobora a visão de (Putnam, 1993) sobre capital social de ponte e insere a questão do ambiente online ao conceito.

Barnes e Mattsson (2016) examinaram a natureza e o desenvolvimento de uma variedade de empresas de consumo colaborativo; em particular, exploraram como os empreendedores iniciantes veem os problemas de criar uma comunidade tribal entre clientes e usuários. Esses autores analisaram oito características de seis plataformas distintas a Urban Fruit, SpaceCubed, Airbnb, Hinner Du, GoCarShare, FundedByMe. As características analisadas foram: alcance; nível de intimidade; extensão dos controles; objetivos da comunidade; valores compartilhados; tipos de recursos; capital social; potencial para o crescimento da comunidade tribal. Os resultados concluíram que os ecossistemas de mídia social existentes são considerados ferramentas importantes para demonstrar capital social e estabelecer controle com pouco custo extra. Também demonstraram, que o enquadramento estratégico da comunidade da comunidade é um componente importante no estabelecimento de uma comunidade tribal.

Com dados de projetos empreendedores do Indiegogo.com, uma plataforma internacional de *crowdfunding*, Dai et al. (2018) investigaram a influência do comportamento de compartilhamento de informações dos empresários nos resultados financeiros empresariais. Os autores trabalharam ‘proporção de possibilidade de atingir a meta’ e o ‘sucesso de campanha’ como variáveis dependentes. Como variáveis exploratórias foram usadas: construção de confiança baseada em cognição de estágio pessoal; estágio pessoal construção de confiança baseada no afeto; construção de confiança baseada na cognição no estágio social; e estágio social construção de confiança baseada no afeto. Também foram inseridas no modelo diversas variáveis moderadoras como duração, gênero, patente, grau educacional etc. As descobertas mostram que o comportamento de construção de confiança dos empreendedores vem com diferentes estágios. No estágio de rede social pessoal, a construção de confiança pessoal pode impulsionar melhores resultados financeiros. Já o compartilhamento de informações relacionadas ao projeto pode trazer resultados financeiros superiores na rede social de estágio socializada. O estudo também propõe o compartilhamento de informações empresariais e um modelo de financiamento de risco pela Internet.

A partir das análises dos artigos foi realizado um mapeamento do capital social que vêm sendo estudo na economia de plataforma. Os resumos dos temas/constructos que foram estudados na economia de plataforma estão contemplados no Quadro2. Esses temas/constructos foram separados pelos temas relacionado à economia de plataforma e por referência para fornecer uma visão mais detalhada das fontes e colaborar com uma visão detalhada para quem deseja avançar a pesquisa de capital social na economia de plataforma.

Quadro 2. Mapa do capital social por tema da economia de plataforma

ECONOMIA DE PLATAFORMA	TEMAS/CONSTRUCTOS RELACIONADOS AO CAPITAL SOCIAL	REFRÊNCIAS
Acomodação	Responsabilidade social corporativa, valor Percebido de sustentabilidade identificação do consumidor com a empresa e comportamento de cidadania do cliente.	(Wang & Ho, 2017)
	Benefício econômico, reputação, conveniência, singularidade, relação, gostando de ajudar, autovalorização, consciência ambiental, condições tecnológicas facilitadoras, atitude, normas subjetivas, controle comportamental percebido, laços de interação social, visão compartilhada, linguagem compartilhada, identificação, confiança e intenção de compartilhar ativos.	(Huang & Kuo, 2020)
	Motivações individuais ‘gostar de ajudar’; capital estrutural ‘grau de centralidade’; capital cognitivo ‘narrativas compartilhadas e permanência no CouchSurfing’; capital relacional ‘desejo de fazer amigos e reciprocidade’(Nahapiet & Goshal, 1998). Intenção de compartilhar acomodações e confiança no site do CouchSurfing	(S. Kim et al., 2018)
	Habilidades de simpatia e sociabilidade dos anfitriões	(Saturnino & Sousa, 2019b)
	Capital social, sustentabilidade e confiança, motivação dos ofertantes do Airbnb	(Sarkar et al., 2019)
	Expansão de redes sociais, laços ao redor do mundo, relacionamentos e amizade	(Ladegaard, 2018)
	Capital humano e sustentabilidade ambiental, capital humano e sustentabilidade social ‘capital social’ e capital humano, sustentabilidade cultural ‘capital cultural’ e colaboração em redes duráveis.	(Griggio & Oxenswärdh, 2021)
Avaliações online	Autoverificação e qualidade das avaliações, laços sociais e capital social 'bringing, bonding e maintaining' (Putnam, 1993).	(Jin et al., 2021)

Comércio - Grupos do Facebook	Capital social estrutural ligado à interação social e vínculos, cognitivos relacionado à visão compartilhada e relacional ligados à confiança e confiabilidade (Nahapiet & Ghoshal, 1998).	(Delacroix et al., 2019)
Comércio de artesanatos	Relacionamento social; Reciprocidade; Confiança 'privacidade e identidade'; Criação de conteúdo / contribuição de membros; Objetivo, políticas e procedimentos; Design e apresentação de informação; suporte de tecnologia; Navegação; Controle do usuário; e Confiabilidade.	(Gheitasy et al., 2014)
Comércio de Câmbio	Interações interpessoais, atitudes cooperativas, sentindo gratidão e sentimento de associação	(Lopaciuk-Gonczaryk, 2019)
Compartilhamento de automóveis	Confiança e risco de escassez percebida	(Crucke & Slabbinck, 2021)
	Cocriação de valor, compartilhar informações (dialogar), confiança, confiança social e confiança social geral.	(Tchorek et al., 2020)
	Estabilidade, interações, valorização do patrimônio comum, influência nos parceiros, fechamento da rede e visão conjunta sobre padrões que promovem a inovação.	(Couzineau-Zegwaard & Meier, 2018)
	Para o cliente: transporte seguro; relação preço / desempenho atraente; confiabilidade; e liberdade de movimento. Para o motorista: renda saudável; educação; oportunidade de emprego; e apoio a igualdade entre gêneros 'mercado de trabalho'. Para a sociedade: empoderamento das mulheres; estabelecimento de uma cultura de compartilhamento; aumento do capital social 'confiança'; aumento da segurança no transporte público.	(Javaid & Kohda, 2019)
Compartilhamento de Estacionamento	Confiança, identificação, norma, recompensa extrínseca, reciprocidade, prazer em ajudar e comportamento de compartilhamento com intenção de compartilhamento.	(Wei et al., 2019)
Entrega de Alimentos	Trocas de informações e redes sociais.	(Williams et al., 2020)
Mão-de-obra	Confiança na economia de compartilhamento; condições para massa crítica e crença nos bens comuns; e aumento de vinculação e capital vertical.	(Dillahunt & Malone, 2015)
Não especificado - Geral	Confiança	(Barkhatov et al., 2019)
	Objetivo compartilhado, laços de interação social, normas de reciprocidade, prazer, benefício econômico, sustentabilidade e atitude de consumo colaborativo	(E. Kim & Yoon, 2021)
	Influência mútua, senso de pertencer, atendimentos das necessidades e conexão emocional, compartilhamento de informações, autorrealização, participação social e prazer, relações sociais e compromisso social.	(Kang & Na, 2018)
	Acesso ao conhecimento, acesso motivacional, acesso ao material, acesso de habilidades e acesso de uso, capital social e urbanidade, confiança geral nos outros, o voluntarismo, a capacidade de inovação e o materialismo (Bourdieu, 1996).	(Eichhorn et al., 2020b)
	Laços sociais, visão compartilhada, identificação, crença altruísta, crença biosférica e crença egoísta, normas de reciprocidade, valor social percebido, inclusão social, bem-estar subjetivo e capital social de ponte (Putnam, 1993).	(Davlembayeva et al., 2020a)
	Alcance; nível de intimidade; extensão dos controles; objetivos da comunidade; valores compartilhados; tipos de recursos; capital social; potencial para o crescimento da comunidade tribal.	(Barnes & Mattsson, 2016)
	Construção de confiança baseada em cognição de estágio pessoal; estágio pessoal construção de confiança baseada no afeto; construção de confiança baseada na cognição no estágio social; e estágio social construção de confiança baseada no afeto	(Dai et al., 2018b)

Fonte: O autor

Os dez temas da economia de plataforma fornecem uma ideia de quais os modelos de negócios de plataforma estão sendo estudados a partir do capital social. Destaca-se, que há uma maior predominância de estudos sobre plataformas de acomodação, talvez motivado pelo tipo de relação social que se dá nesse modelo, onde os anfitriões recebem seus hóspedes em suas próprias casas cedendo-lhes um quarto para acomodação temporária. Dos sete artigos que estudaram plataforma de acomodação, seis pesquisaram sobre o Airbnb e um sobre CouchSurfing. Compartilhamento de automóveis tiveram quatro artigos relacionados, três deles trataram do compartilhamento do ativo, o próprio automóvel e um artigo estudou uma plataforma local de compartilhamento de carona 'serviço de mobilidade'. Sete artigos não especificaram os tipos de plataforma de estudo, esses pesquisaram a economia de plataforma de forma geral.

Dos 25 artigos, somente quatro se dedicaram a estudar as plataformas como objeto de pesquisa, desses, dois estudaram plataformas específicas, os outros dois estudaram empreendedores da economia de plataforma. Os outros 21 artigos estudaram os participantes/usuários da economia de plataforma. Desses, oito pesquisaram sobre os ofertantes, seis sobre os demandantes e outros sete sobre ambos.

Somente três artigos se referiram ao fenômeno estudado como consumo colaborativo (Botsman & Rogers, 2010). Os outros vinte e dois artigos trataram o fenômeno com economia compartilhada (Sundararajan, 2016). Isso indica que essas duas tratativas estão mais ligadas à ideia de capital social, as visões mais comerciais não foram exploradas. Javaid e Kohda (2019) comparam uma plataforma local paquistanesa, a Careem, com Uber e aponta justamente que as diferenças entre as duas estão associadas a um maior compromisso social da Careem em relação ao Uber.

Quanto aos temas/constructos de capital social, destaca-se a confiança (Botsman & Rogers, 2010), que é abordada diretamente em doze dos artigos estudados. Os próprios conceitos aplicados ao fenômeno, tanto compartilhamento, quanto colaboração aparecem com alta frequência nos artigos. Dois dos artigos, o de S. Kim et al. (2018) e de Delacroix et al. (2019) relacionaram os conceitos de Nahapiet e Ghoshal (1998) trabalhando com capital estrutural, cognitivo e relacional. Outros dois artigos de Jin et al. (2021) e Davlembayeva et al. (2020a) usaram a visão de Putnam (1993) de capital social de 'bringing, bonding e maintaining'. Em um dos artigos, Eichhorn et al. (2020b) recorreram ao conceito de *habitus* de Bourdieu (1996) para explicar que estrutura baseada na comunidade de plataformas de compartilhamento fornece um benefício hedônico para usuários com disposições habituais correspondentes, ou seja, comunidades que compartilham do mesmo *habitus*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em resposta ao objetivo deste estudo, que foi identificar na literatura disponível o capital social gerado na economia de plataforma, os principais resultados foram: Quanto à economia de plataforma, identificou-se 10 temas ligados aos tipos de relação comercial abordados na literatura, quando empregado estudos sobre capital social. Desses, destaca-se os negócios de acomodação, compartilhamento de automóveis e a pesquisa sobre o fenômeno em geral. Quanto ao capital social, o ponto de destaque é o papel confiança nas relações que se dão nos ambientes das plataformas digitais para promover relações sociais entre os participantes que geram ativos importantes para a sociedade e confere maior vantagem competitiva aos proprietários das plataformas.

Assim, as principais contribuições teóricas desse artigo foram a identificação dos diferentes temas que vêm tratando de capital social na economia de plataforma e o levantamento dos principais temas/constructos de capital social estudados neste contexto. Esse mapeamento fornece aos pesquisadores interessados em estudar o capital social nesses novos modelos de negócio um mapeamento detalhado e segmentado para orientar pesquisas futuras sobre o tema.

Para a prática, este artigo contribui ao levantar a importância do capital social para o sucesso das plataformas que operam nessa nova economia. Além de fornecer uma lista de atitudes e comportamentos identificadas neste contexto, que pode servir de base para definição de estratégias de posicionamento de mercado, tanto para ajuste de negócios mais consolidados, quanto para orientar os empreendedores entrantes na economia de plataforma.

Para sociedade em geral, o estudo apresenta o potencial das relações sociais em prover benefícios mútuos, sejam eles sociais, econômicos e ambientais. Os resultados deste estudo podem ajudar os governantes a pensar nas plataformas digitais como forma de intermediar serviços públicos, bem como se basearem no capital social para desenharem essas soluções e na formulação de leis mais aderentes às expectativas da sociedade.

Este trabalho possui limitações, mas elas não comprometem a importância dos seus resultados e contribuições. O fato de ter se apoiado apenas na base do Web of Science, pode deixar de contemplar outros estudos importantes sobre o tema. A condução pesquisa sem a formação de um comitê com mais pesquisadores aumenta os riscos de interferências de vieses, além da possibilidade de os dados não terem sido explorados em maior profundidade. Como sugestões de pesquisas futuras indica-se a utilização dos constructos levantados neste artigo para a construção de escalas mais completas para estudos do capital social na economia de

plataforma. Também é sugerida a ampliação da pesquisa sobre capital social para outros modelos de negócios baseados em plataforma, mesmo que tenham caráter mais comerciais, o fato de promoverem relações sociais pode apontar para a geração de capital social.

REFERÊNCIAS

- Barkhatov, V., Silova, E., & Lymar, E. (2019). Sharing Economy in Russia: a Problem of Trust. *Advances in Economics, Business and Management Research*, April. <https://doi.org/10.2991/iscfec-18.2019.237>
- Barnes, S. J., & Mattsson, J. (2016). Building tribal communities in the collaborative economy: an innovation framework. *Prometheus (United Kingdom)*, 34(2), 95–113. <https://doi.org/10.1080/08109028.2017.1279875>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption: Vol. September* (Harper Col). [https://doi.org/10.1016/s0168-9525\(00\)00086-x](https://doi.org/10.1016/s0168-9525(00)00086-x)
- Bourdieu, P. (1996). *Razões práticas: sobre a teoria da razão*.
- Carneiro, C. M. Q. (2008). Estrutura e ação: aproximações entre Giddens e Bourdieu. *Tempo Da Ciência*, 13(26), 39–47.
- Coleman, J. S. (1990). Foundations of Social Theory. In *Acta Sociologica*. The Belknap Press of Harvard University Press.
- Couzineau-Zegwaard, E., & Meier, O. (2018). Carsharing and innovation through the prism of actor network theory. *Journal of Innovation Economics & Management*, n° 27(3), 37. <https://doi.org/10.3917/JIE.027.0037>
- Crucke, S., & Slabbinck, H. (2021). An Experimental Vignette Study on the Attractiveness of Ownership-Based Carsharing Communities: A Social Capital Theory Perspective. *Environment and Behavior*, 53(4), 379–408. <https://doi.org/10.1177/0013916519888969>
- Dai, H., Yin, J., Wang, K., Tsai, S.-B., Zhou, B., & Lin, W.-P. (2018a). Trust Building in Dynamic Process of Internet Entrepreneurial Social Network. *IEEE ACCESS*, 6, 79138–79150. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2883755>
- Dai, H., Yin, J., Wang, K., Tsai, S. B., Zhou, B., & Lin, W. P. (2018b). Trust Building in Dynamic Process of Internet Entrepreneurial Social Network. *IEEE Access*, 6, 79138–79150. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2883755>
- Davlembayeva, D., Papagiannidis, S., & Alamanos, E. (2020a). Sharing economy: Studying the social and psychological factors and the outcomes of social exchange. *Technological Forecasting and Social Change*, 158(August 2019), 120143. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120143>
- Davlembayeva, D., Papagiannidis, S., & Alamanos, E. (2020b). Sharing economy: Studying the social and psychological factors and the outcomes of social exchange. *Technological Forecasting and Social Change*, 158. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2020.120143>
- Delacroix, E., Parguel, B., & Benoit-Moreau, F. (2019). Digital subsistence entrepreneurs on Facebook. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 887–899. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2018.06.018>
- Dillahunt, T. R., & Malone, A. R. (2015). The promise of the sharing economy among disadvantaged communities. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2015-April*, 2285–2294. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702189>
- Drahokoupil, J., & Jepsen, M. (2017). The digital economy and its implications for labour. 1. The platform economy. *Transfer*, 23(2), 103–107. <https://doi.org/10.1177/1024258917701380>
- Eichhorn, T., Jürss, S., & Hoffmann, C. P. (2020a). Dimensions of digital inequality in the

- sharing economy. *Information Communication and Society*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1791218>
- Eichhorn, T., Jürss, S., & Hoffmann, C. P. (2020b). Dimensions of digital inequality in the sharing economy. *Information Communication and Society*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1791218>
- Fukuyama, F. (1996). *Trust : The social virtues and the creation of prosperity*.
- Gheitasy, A., Abdelnour-Nocera, J., Nardi, B., & Rigas, D. (2014). Designing for online collaborative consumption: A study of sociotechnical gaps and social capital. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 8512 LNCS(PART 3), 683–692. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07227-2_65
- Griggio, C., & Oxenswärdh, A. (2021). Human capital and sustainability challenges for Airbnb Bed and Breakfast lifestyle entrepreneurs. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(3), 286–312. <https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1927828>
- Huang, S. L., & Kuo, S. Y. (2020). Understanding why people share in the sharing economy. *Online Information Review*, 44(4), 805–825. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2017-0073>
- Huws, U., Spencer, N. H., Syrdal, D. S., & Holts, K. (2017). *Work in the European Gig*.
- Javid, A., & Kohda, Y. (2019). Exploring the role of service eco-system in developing countries: A case study of ride hailing service in Pakistan. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 783, 282–292. https://doi.org/10.1007/978-3-319-94709-9_28
- Jin, D., DiPietro, R. B., & Watanabe, N. M. (2021). Customer Online Feedback with an Identity Versus No Identity: The Influence on Review Comments. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. <https://doi.org/10.1177/1096348020988889>
- Kang, S., & Na, Y. K. (2018). The effect of the relationship characteristics and social capital of the sharing economy business on the social network, relationship competitive advantage, and continuance commitment. *Sustainability (Switzerland)*, 10(7). <https://doi.org/10.3390/SU10072203>
- Kenney, Martin; Zysman, J. (2015). *Choosing a Future in the Platform Economy: The Implications and Consequences of Digital Platforms*. 1–23.
- Kim, E., & Yoon, S. (2021). Social capital, user motivation, and collaborative consumption of online platform services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102651>
- Kim, S., Lee, K. Y., Koo, C., & Yang, S. B. (2018). Examining the influencing factors of intention to share accommodations in online hospitality exchange networks. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(1), 16–31. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1244024>
- Ladegaard, I. (2018). Hosting the comfortably exotic: Cosmopolitan aspirations in the sharing economy. *Sociological Review*, 66(2), 381–400. <https://doi.org/10.1177/0038026118758538>
- Lopaciuk-Gonczaryk, B. (2019). Social Capital Formation Through a Polish LETS: Challenging the Presumed Merits of Local Currencies. *Ecological Economics*, 158, 75–87. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2018.12.004>
- Nahapiet, J., & Goshal, S. (1998). Creating organizational capital through intellectual and social capital. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). Systematic Reviews in the Social Sciences. In M. Petticrew & H. Roberts (Eds.), *Systematic Reviews in the Social Sciences*. Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1002/9780470754887>

- Portes, J. P. (2019). *ECONOMIA DE PLATAFORMA: Um Estudo Sobre Redes de Colaboração na Nova Configuração do Trabalho* [PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO]. [https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/22770/2/Jerônimo Henrique Portes.pdf](https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/22770/2/Jerônimo%20Henrique%20Portes.pdf)
- Putnam, R. (1993). *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*. The American Prospect.
- Putnam, R. (2000). *Bowling alone : the collapse and revival of American community* (Simon & Schuster (ed.)).
- Rifkin, J. (2014). *The zero marginal cost society*. PALGRAVE MACMILLAN.
- Sarkar, A., Koohikamali, M., & Pick, J. B. (2019). Spatial and socioeconomic analysis of host participation in the shared accommodation economy - Airbnb in New York City. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2019-Janua(July)*, 4511–4522. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.547>
- Sarkar, A., Koohikamali, M., & Pick, J. B. (2020). Spatial and socioeconomic analysis of host participation in the sharing economy: Airbnb in New York City. *Information Technology and People*, 33(3), 983–1009. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2018-0481>
- Saturnino, R., & Sousa, H. (2019a). Hosting as a lifestyle: The case of Airbnb digital platform and Lisbon hosts. *Partecipazione e Conflitto*, 12(3), 794–848. <https://doi.org/10.1285/I20356609V12I3P794>
- Saturnino, R., & Sousa, H. (2019b). Hosting as a lifestyle: The case of Airbnb digital platform and Lisbon hosts. *Partecipazione e Conflitto*, 12(3), 794–848. <https://doi.org/10.1285/i20356609v12i3p794>
- Schor, J. B., & Attwood-Charles, W. (2017). The “sharing” economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8), 1–16. <https://doi.org/10.1111/soc4.12493>
- Slee, T. (2017). *What's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy*. OR Books.
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism* (1^a, Vol. 21, Issue 2). The MIT Press.
- Tchorek, G., Brzozowski, M., Dziewanowska, K., Allen, A., Koziol, W., Kurtyka, M., & Targowski, F. (2020). Social capital and value co-creation: The case of a polish car sharing company. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/SU12114713>
- Thiry-Cherques, H. R. (2006). Pierre Bourdieu: a Teoria na Prática. *RAP*, 40(1), 27–55.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Wang, Y. B., & Ho, C. W. (2017). No money? No problem! The value of sustainability: Social capital drives the relationship among customer identification and citizenship behavior in sharing economy. *Sustainability (Switzerland)*, 9(8). <https://doi.org/10.3390/SU9081400>
- Wei, C. L., Chang, Y. C., Wang, W. X., Chou, H. M., & Chen, K. J. (2019). Factors that Influence Sharing Behaviors in Sharing Economy Based on the Theory of Social Capital and Social Exchange: Example of Taiwan-Based USPACE. *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*, 659–663. <https://doi.org/10.1109/IEEM44572.2019.8978908>
- Williams, G., Tushev, M., Ebrahimi, F., & Mahmoud, A. (2020). Modeling user concerns in Sharing Economy: the case of food delivery apps. *Automated Software Engineering*, 27(3–4), 229–263. <https://doi.org/10.1007/S10515-020-00274-7>
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687–705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>