

ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO: PUBLICAÇÕES NACIONAIS E *INSIGHTS* PARA PESQUISAS FUTURAS

SHARED ECONOMY AND COLLABORATIVE CONSUMPTION: NATIONAL PUBLICATIONS AND *INSIGHTS* FOR FUTURE RESEARCH

ANA CLAUDIA DA ROSA

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha (IFFar)
ana.claudiadarosaa@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7883-3289>

NATÁLIA PAVANELO PIVETTA

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
nataliappivetta@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4167-1359>

DEBORA BOBSIN

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
deborabobsin@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6010-3958>

FLAVIA LUCIANE SCHERER

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
flavia.scherer@ufsm.br
<https://orcid.org/0000-0003-1581-2653>

R E S U M O

Nesta pesquisa, objetivou-se analisar, por meio de revisão da literatura, publicações nacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo nas coleções brasileiras da *Scielo* e nos principais periódicos de administração, identificando o alcance da temática no Brasil e apontando *insights* para pesquisas futuras. Por meio dos resultados, percebeu-se que, por se tratar de um assunto relativamente recente no contexto nacional ainda existe espaço para a ampliação do número de estudos em relação ao fenômeno do compartilhamento, seja por meio da diversificação dos aspectos metodológicos ou mesmo a ampliação e aprofundamento de temáticas de pesquisa. Acredita-se que por meio dos *insights* de pesquisas identificados neste estudo seja possível refletir sobre possíveis direcionamentos e agenda de pesquisa para próximos estudos sobre os temas, contribuindo de forma significativa para os pesquisadores que possuem interesse em desbravar estas temáticas em suas pesquisas no contexto brasileiro.

P A L A V R A S - C H A V E

Economia Compartilhada, Consumo Colaborativo, *Insights* de pesquisa, Pesquisas brasileiras; Revisão sistemática da literatura.

A B S T R A C T

In this research, the objective was to analyze, through a literature review, national publications on sharing economy and collaborative consumption in the Brazilian collections of Scielo and in the main management journals, identifying the scope of the theme in Brazil and pointing out insights for future research. Through the results, it was noticed that, because it is a relatively recent subject in the national context, there is still room for expanding the number of studies in relation to the phenomenon of sharing, either through the diversification of methodological aspects or even the expansion and deepening research themes. It is believed that through the research insights identified in this study, it is possible to reflect on possible directions and research agenda for future studies on the themes, significantly contributing to researchers who are interested in exploring these themes in their research in the Brazilian context.

K E Y W O R D S

Sharing Economy, Collaborative Consumption, Research Insights, Brazilian Research, Systematic review of the literature.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a economia compartilhada tem se tornado um fenômeno relevante e em ascensão (Trabucchi; Muzellec & Ronteau, 2019), emergindo como forma de gerenciar as mudanças da sociedade líquida que transformam o tempo em um elemento volúvel (Bauman, 2001). Salienta-se que apesar da atividade de compartilhamento ser um fenômeno antigo (Belk, 2014), o consumo colaborativo e a economia compartilhada emergem de uma série de desenvolvimentos tecnológicos que simplificaram o compartilhamento de bens entre pares por meio do uso de plataformas de tecnologias (aplicativos, sites, redes sociais, dentre outros) (Hamari, Sjöklint & Ukkonen, 2016).

Por ser uma temática recente, apresenta-se como um campo e um conceito ainda em construção, permitindo espaço para que as novas pesquisas busquem a compreensão sobre quais os caminhos que direcionam os consumidores e quais são os desafios presentes nessa modalidade de consumo (Freitas & Petrini, 2017). Corroborando com essa afirmação, Resende (2018) também enfatiza que as produções acadêmicas no Brasil ainda são incipientes. Para a autora, é um tema que está chamando atenção e provocando discussões produtivas entre os pesquisadores brasileiros.

Cabe ressaltar que as pesquisas se concentram na investigação do panorama dos estudos internacionais, investigando diferentes bases de dados, períodos de publicações e termos, podendo-se citar os estudos de Cheng (2016); Silveira, Petrini e Santos (2016); Guimarães, Franco e Souza (2017); Lima e Carlos Filho (2017); Lopes e Souza (2018); Trabucchi *et al.* (2019); Hossain (2020); Oliveira Netto e Tello-Gamarra (2020). Sob a perspectiva prática, evidenciam-se diferentes

realidades no contexto internacional e nacional, tendo em vista que no contexto nacional, a cultura da economia compartilhada e do consumo colaborativo não está consolidada como no contexto internacional, posto isto, nesta pesquisa, direciona-se um olhar para as pesquisas nacionais.

Evidencia-se uma lacuna de investigação a respeito do panorama de pesquisas nacionais sobre estas temáticas. Buscando suprir esta lacuna, este artigo traz como reflexões: *Qual é o panorama das pesquisas nacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo? Quais são os caminhos de pesquisa trilhados até o momento? Quais são as possibilidades para novas pesquisas?*

Posto isto, objetiva-se analisar as publicações nacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo nas coleções brasileiras da *SciELO* e nos principais periódicos de administração, identificando o alcance da temática no Brasil e apontando *insights* para pesquisas futuras. Deste modo, esta pesquisa, além de tecer um panorama sobre a economia compartilhada e o consumo colaborativo nas pesquisas nacionais, traz uma agenda para novas pesquisas, indicando possíveis caminhos que podem ser trilhados, sendo uma importante contribuição para pesquisadores que possuem a intenção de desbravar estas temáticas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com Sundararajan (2016), não há um consenso na literatura sobre um conceito unificado em relação a Economia Compartilhada (EC). Na tentativa de defini-la, Matzler, Veider e Kathan (2015) citam como suas principais características: a ausência de propriedade; o acesso de modo temporário; a redistribuição de bens tangíveis ou não, como dinheiro, espaço ou tempo; e a utilização de tecnologias que possibilitam o compartilhamento.

Nesse contexto, Belk (2014) acrescenta que o ato de compartilhar é antigo, porém sempre foi um ato comum entre pessoas mais próximas, amigos e/ou familiares. Desse modo, o que diferencia o compartilhamento tradicional do fenômeno da EC é a troca de produtos e/ou serviços entre pessoas estranhas com o intermédio de uma plataforma tecnológica (Frenken & Schor, 2017).

O surgimento deste mercado de compartilhamento indica uma mudança de paradigma dos consumidores, ao passo em que o consumo baseado na posse passa a ser baseado no consumo baseado em acesso (Weber, 2016). Uma característica em destaque da EC é a relação P2P (*peer-to-peer*), que substitui os intermediários do mercado (Richardson, 2015). Este modelo de consumo que era conceitualmente P2P, passa a ser *peer-to-business-to-peer* (P2B2P). Neste formato existem três atores atuando de modo direto no processo, sendo eles: 1) uma plataforma de troca; 2) um cliente que está procurando acesso a ativos e; 3) um provedor de serviços que torna possível a concessão desse acesso (Richardson, 2015).

Nesse contexto, surge também o termo “consumo colaborativo”. Na tentativa de delinear os conceitos de EC e consumo colaborativo, destaca-se que a EC é um sistema econômico baseado no compartilhamento de produtos e serviços realizado de forma direta entre os indivíduos, ocupando

uma parcela de espaço entre a partilha e os mercados de troca das mercadorias nas quais existe a transferência de propriedade ou alguma determinada forma de compensação (Kennedy, 2016).

Já o consumo colaborativo está inserido na EC, abrangendo o conjunto de serviços, o que permite aos proprietários privados e comerciais de recursos específicos possam disponibilizar estes recursos para os outros (Kennedy, 2016). O consumo colaborativo, conforme elucidado por Freitas e Petrini (2017) pode ser caracterizado como um recorte da EC, pois se refere especificamente ao consumo. Cabe ressaltar que apesar de que outras expressões tem sido utilizadas para descrever as categorias de negócios e as práticas de consumo que abrangem o compartilhamento, como “*the mesh*”, “*access-based consumption*”, “*consumer participation*”, entre outros (Belk, 2014), verifica-se que a economia compartilhada e o consumo colaborativo são os dominantes na academia, motivo pelo qual foram escolhidos neste estudo.

Atualmente, os autores que pesquisam sobre o CC não apresentam uma definição teórica definitiva e consolidada. Conforme Belk (2014), esse modo de consumo caracteriza-se como a coordenação da aquisição e distribuição de recursos, pelas pessoas, envolvendo alguma compensação em troca, a qual pode envolver pagamento e recebimento de forma não monetária. Indo ao encontro com Botsman e Rogers (2011), Bardhi e Eckhardt (2012) e Belk (2014), ressaltam que o CC é realizado por meio de redes ou sistemas organizados, nos quais as pessoas exercem atividades compartilhadas, em troca de uma compensação. Portanto, de acordo com os autores, esse tipo de consumo exclui as atividades de compartilhamento que não envolvem recompensa.

Além disso, na visão de Bardhi e Eckhardt (2012), o CC é baseado em acesso, contudo, este acesso torna-se semelhante ao compartilhamento, pois também não envolve a transferência de propriedade. Referente ao acesso, Botsman e Rogers (2011) ressaltam que, no CC, as pessoas recebem os benefícios do acesso, em detrimento da propriedade, assim, acabam economizando dinheiro e tempo.

Botsman e Rogers (2011) propõem três formas de CC: sistema de serviços de produtos, mercados de redistribuição e estilos de vida colaborativos. Conforme os autores, os sistemas de serviços de produtos são os que estão mais próximos do acesso do que da posse. Nesta forma de consumo, estão englobados diversos produtos e serviços, onde os consumidores pagam (ou não) para utilizá-los, sem ter a necessidade de adquirir a propriedade, apontando como exemplos o aluguel de acessórios de moda, ferramentas, livros, dentre outros (Botsman & Rogers, 2011).

Os mercados de redistribuição são associados às vendas e redistribuição, envolvendo trocas e doações (Botsman & Rogers, 2011), onde a transferência da propriedade é uma das principais características. Por fim, a última forma de CC, proposta por Botsman e Rogers (2011), são os estilos de vida colaborativos. Nesta forma, há uma disposição à partilha e à troca de ativos intangíveis, como o tempo, espaço, conhecimentos e experiências.

METODOLOGIA

Considerando o objetivo de analisar as publicações nacionais sobre EC e CC nas coleções brasileiras da *Scielo* e nos principais periódicos de Administração, visando o mapeamento da temática no Brasil e de oportunidades de pesquisa, realizou-se uma revisão sistemática da literatura do tipo integrativa. Para a realização da revisão, é necessária determinada estrutura a fim de haver maior rigor científico. Para isso, seguiu-se as etapas propostas por Whittemore e Knafl (2005) e o exemplo de aplicação de Adriano e Steil (2020), elaborando-se o Quadro I com as principais etapas perpassadas na elaboração do estudo.

Quadro I - Etapas de elaboração da pesquisa

Etapas	Atividades
Identificação do problema	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: analisar as publicações nacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo nas coleções brasileiras da <i>Scielo</i> e nos principais periódicos de administração, identificando o alcance da temática no Brasil e apontando <i>insights</i> para pesquisas futuras.
Busca da literatura	<ul style="list-style-type: none"> • Critério de busca: <ul style="list-style-type: none"> • Termos: “economia compartilhada”, “<i>sharing economy</i>”, “consumo colaborativo” e “<i>collaborative consumption</i>”. • Período: todo período. • Locais de busca: (1) pesquisas nos principais periódicos da administração - RAUSP, RAC, RAP, O&S, RBGN, BBR, Cadernos Ebape, RAE e BAR; (2) pesquisas na base de dados <i>Scielo</i>. • Documentos encontrados: 46 artigos.
Avaliação dos dados	<ul style="list-style-type: none"> • Leitura dos títulos, resumos e palavras-chave de todos os artigos encontrados nas pesquisas. • Critério de inclusão: ser artigo nacional, publicado em periódico científico, tratar das temáticas CC e/ou EC. • Critério de exclusão: duplicidade dos achados na base de dados <i>Scielo</i> e nos principais periódicos da administração
Análise dos dados	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos selecionados: 32 artigos. • Leitura na íntegra. • Tabulação dos dados em planilha, conforme os seguintes critérios: código, ano, título, palavras-chave, objetivo, método, principais resultados e periódico.
Apresentação dos resultados	Realização da análise e interpretação dos resultados obtidos na pesquisa, demonstrados na seção “4 Análise e discussão dos resultados”

FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2024).

Conforme demonstrado no Quadro I, a partir da definição do objetivo deste estudo, deu-se início a execução da pesquisa. Para isso, foi realizada a busca dos termos “economia compartilhada”, “*sharing economy*”, “consumo colaborativo” e “*colaborative consumption*”, sem a utilização de um critério temporal, nos principais periódicos da administração e na base de dados *Scielo*, visando obter um panorama geral dos estudos publicados. Justifica-se a utilização dos termos pelo fato de serem os mais populares sobre a temática na academia. Além disso, almejou-se ampliar os resultados da pesquisa, permitindo uma amplitude no alcance dos resultados, tendo em vista uma certa confusão nestas temáticas.

As buscas dos estudos foram realizadas nas coleções brasileiras da *Scielo* e nos principais periódicos de administração, até o final do ano de 2023. Cabe ressaltar que a ideia inicial do estudo era de contemplar apenas as pesquisas veiculadas nos principais periódicos da administração, sendo eles, RAUSP, RAC, RAP, O&S, RBGN, BBR, Cadernos Ebape, RAE e BAR (Saes, Melo & Sandes-Guimarães, 2017), tendo em vista a sua relevância no âmbito nacional. No entanto, considerando o baixo número de estudos contemplados nesses periódicos ($n = 13$), decidiu-se ampliar a pesquisa para os demais periódicos brasileiros, buscando-se obter um panorama geral das pesquisas. Para isso, foi utilizada a base de dados *Scielo*, já que “compreende a produção de artigos produzidos em vários países da América Latina” (Galvão & Ricarte, 2019, p. 64), sendo filtrados apenas os artigos brasileiros com o intuito de entender o alcance da temática no país.

Durante as pesquisas dos documentos, foi sendo realizada a leitura dos títulos, resumos e palavras-chave de todos os artigos encontrados nas pesquisas. Para a inclusão dos estudos na pesquisa foram considerados os seguintes critérios: (1) ser artigo nacional; (2) estar publicado em periódico científico; (3) tratar das temáticas CC e EC. Em relação aos critérios para a exclusão dos estudos, foram considerados descartáveis apenas aqueles estudos que estavam duplicados na base de dados *Scielo* e nos principais periódicos da administração, já que se trata de uma pesquisa que visa uma análise geral sobre os estudos.

Ao final, foram selecionados 32 estudos, sendo 23 estudos sobre EC e 9 pesquisas sobre CC. Após a pré-seleção dos artigos, eles foram baixados e foi realizada a leitura na íntegra. Não havendo a necessidade de se realizar a exclusão de nenhum artigo, na sequência produziu-se uma planilha no *Microsoft Excel*, em que as linhas representavam os artigos e as colunas as categorias de análise. As categorias definidas na planilha foram as seguintes: código, autores, ano, título, periódico, idioma, palavras-chave, objetivo, enfoques, aspectos metodológicos e principais resultados. As informações foram preenchidas de acordo com fragmentos dos artigos. Por fim, realizou-se a análise e interpretação dos resultados.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados são pautados em dois itens principais. O primeiro deles apresenta as principais características observadas nos artigos encontrados no contexto brasileiro, abrangendo as seguintes categorias de análise: idiomas que os artigos são divulgados; a evolução das publicações; periódicos que mais publicam sobre os assuntos; principais termos utilizados; principais enfoques

de serviços; objetivos das pesquisas; lentes teóricas; e, aspectos metodológicos. A partir dessa análise dos artigos, o segundo tópico dos resultados trata a respeito dos principais *insights* de pesquisa que surgiram.

Características gerais das pesquisas

A partir da pesquisa realizada foram selecionados 32 estudos que trataram sobre as temáticas consumo colaborativo e/ou economia compartilhada no contexto brasileiro, sendo publicados em 15 periódicos brasileiros por 64 pesquisadores. Destes artigos, observa-se que foram divulgados nos idiomas português (23 artigos), inglês (23 artigos) e espanhol (1 artigo), sendo a maior parte publicado em ambas as línguas (16 artigos), enquanto apenas 8 artigos foram publicados apenas em inglês e 7 artigos foram publicados apenas em português. Cabe destacar que pelo fato do inglês ser considerado um idioma universal, isso pode justificar a escolha dos periódicos de utilizar esta língua. Os autores que se destacaram pelo número de publicações foram Maira Petrini (professora da área de gestão da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC RS), com 5 publicações, e Maria de Lourdes Barbosa (professora pesquisadora aposentada pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE), que possui 3 publicações. Os anos, autores e títulos das publicações podem ser visualizados no Apêndice deste estudo.

No que refere à **evolução do número de publicações** ao longo dos anos, evidencia-se que a primeira pesquisa encontrada foi no ano de 2016, o que demonstra a novidade da temática neste contexto em comparação a outros locais de investigação (Lopes & De Souza, 2018). Ao longo dos anos, é possível verificar um aumento do número das publicações, sendo que em 2016 e 2017 foi publicado um artigo por ano, já em 2018 e 2019 foram encontradas três publicações em cada ano, enquanto em 2020 e 2021 foram encontradas 9 e 11 publicações, respectivamente. No ano de 2022 aconteceram 3 publicações, e até o momento desta pesquisa, evidenciou-se apenas uma publicação em 2023. Esse achado corrobora com outros estudos da literatura, que demonstram o aumento de estudos sobre os temas (ex.: Oliveira & Teodósio, 2020; Oliveira Netto & Tello-Gamarra, 2020). Ainda, na pesquisa de Silveira *et al.* (2016), as autoras já apontavam um crescimento no número de publicações nas coleções internacionais envolvendo as temáticas, podendo-se evidenciar que as publicações nacionais podem estar seguindo as tendências internacionais em relação ao interesse de pesquisa sobre os assuntos.

Quanto aos **principais periódicos** que veiculam trabalhos sobre os assuntos, identifica-se que 14 periódicos publicaram os 32 artigos analisados. Destes, o periódico que contou com o maior número de publicações foi a Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTUR), com seis artigos. Na sequência a *Brazilian Business Review* (BBR), contando com cinco publicações. Após, empatados com quatro publicações cada, encontram-se a Revista de Administração Mackenzie, e a Revista Organizações & Sociedade (O&S). Em terceira colocação, empatadas, estão a Revista de Administração Contemporânea (RAC) e a Revista Brasileira de Gestão Urbana, ambas com duas publicações. Os demais periódicos – Nova Economia; Revista Brasileira de Inovação; Revista Eletrônica de Administração (REAd); Revista de Administração da UFSM (ReA UFSM); Revista de

Administração de Empresas (ERA); Revista de Administração Pública (RAP); Cadernos EBAPE.BR; Turismo: Visão e Ação e a Revista De Gestão – contaram apenas com uma publicação. Salienta-se que os periódicos com maior número de publicações possuem uma qualificação elevada na área de Administração (sendo a maior parte deles qualificados com A2), demonstrando que o assunto é tema de interesse de revistas de destaque na área.

No que tange aos **principais termos utilizados** pelos pesquisadores (*sharing economy* ou *collaborative consumption*), verifica-se que não existe um consenso, sendo os mais usuais pelos pesquisadores brasileiros: *sharing economy* ou economia compartilhada ou economia do compartilhamento (Silveira et al., 2016; Petrini, Freitas & Silveira, 2017; Rechene, Silva & Campos, 2018; Vaclavik & Pithan, 2018; Dal Bó & Petrini, 2019; Franco & Ferraz, 2019; Gerhard, Silva Júnior & Câmara, 2019; Giovanini, 2020; Mesquita, Pozzebon & Petrini, 2019; Pereira & Silva, 2020; Vieira, Paiva, Alcântara & Rezende, 2020; Giovanini, 2021; Ferreira, Vale & Bernardes, 2021; Lazzari, Petrini & Souza, 2021; Moltene & Orsato, 2021; Rodas Vera, Gosling & Silva, 2021; Souza & Leonelli, 2021; Spalenza & Rigo, 2021; Violin, 2021; Acosta et al., 2022; Schiavini et al., 2023; Cerimelo & Porto, 2022; Violin, 2022), *collaborative consumption* ou consumo colaborativo (Silveira et al., 2016; Petrini et al., 2017; Franco & Ferraz, 2019; Oliveira & Teodósio, 2020; Silva, Barbosa & Farias, 2020; Silva, Barbosa, Costa & Gomes, 2020; Cruz & Freitas, 2021; Silva, Barbosa & Farias, 2021; Chagas & Aguiar, 2020; Acosta et al., 2022; Schiavini et al., 2023; Violin, 2022), economia da partilha (Oliveira & Teodósio, 2020; Costa-Nascimento, Teodósio & Pinto, 2021), economia colaborativa (Mota & Lima, 2018; Lobo, 2020; Moltene & Orsato, 2021; Cerimelo & Porto, 2022), economia do acesso (Gerhard et al., 2019) e *gig economy* (Vaclavik & Pithan, 2018).

A partir das leituras e análises realizadas, evidencia-se que os termos muitas vezes são utilizados como sinônimos, sendo que a expressão *sharing economy*, considerada dominante nos últimos anos, vem sendo aplicada como um termo que contempla diferentes outros (Souza et al., 2020). Conforme Gerhard et al. (2019), a economia do acesso não apresenta fundamentos ontológicos diferentes dos mercados tradicionais. No entanto, as suas práticas se caracterizam como ações que, de alguma forma, promovem alterações dos modelos econômicos convencionais, seja por meio da oferta de novos produtos ou serviços, ou promovendo modificações nos já existentes (Bardhi & Eckhardt, 2012). Desse modo, a economia compartilhada e a economia do acesso objetivam a construção de modelos de negócio ou de relações sociais que incrementem as possibilidades dos agentes de mercado, facilitando as suas interações, trocas ou compartilhamentos. Sob esse viés, o acesso caracteriza-se como o elemento central que promove a união entre as duas economias (Gerhard et al., 2019).

As pesquisas possuíram diferentes **enfoques de serviços de consumo colaborativo e economia compartilhada**. Ganham destaque os serviços de hospedagem e acomodação, destacando a plataforma Arbnb (Cruz & Freitas, 2021; Ferreira et al., 2021; Silva et al., 2021; Souza & Leonelli, 2021; Chagas & Aguiar, 2020; Lobo, 2020; Silva, Barbosa & Farias, 2020; Cerimelo & Porto, 2022) e também verificou-se uma pesquisa sobre a plataforma Couchsurfing (Rodas Vera et al., 2021); seguidos por serviços de carona, especificamente da plataforma Uber (Ferreira et al., 2021; Vieira et al., 2020; Dal Bó & Petrini, 2019). As pesquisas também versaram sobre trabalho

compartilhado - coworking (Mesquita *et al.*, 2019); mobilidade urbana (Pereira & Silva, 2020; Violin, 2022); Crowdsourcing (Mota & Lima, 2018); bicicletas compartilhadas (Rechene *et al.*, 2018) e aplicativos de transporte (Vaclavik & Pithan, 2018). Os demais artigos não apresentaram enfoque em plataforma ou serviços específicos.

Tratando-se dos **objetivos presentes nos artigos**, verifica-se que diferentes enfoques têm sido utilizados. A partir da leitura dos principais objetivos de cada um dos artigos, foram definidas cinco categorias principais de objetivos (organização da literatura, consumo, contribuições para a cidade e a segurança; prática de trabalho, e enfoque na sustentabilidade), conforme demonstrado no Quadro 2.

Quadro 2 - Categorias identificadas com base nos objetivos das publicações selecionadas

Categorias		Publicações
1	Organização da literatura: estado da arte, bibliometria, revista da literatura, proposta de tipologia, compreensão do fenômeno, perspectivas sobre o compartilhamento, agenda de pesquisa, tendências de pesquisa, classificação.	Silveira <i>et al.</i> (2016); Petrini <i>et al.</i> (2017); Mota e Lima (2018); Dal Bó e Petrini (2019); Gerhard <i>et al.</i> (2019); Pereira e Silva (2020); Oliveira e Teodósio (2020); Ferreira <i>et al.</i> (2021); Souza e Leonelli (2021); Spalenza e Rigo (2021); Costa-Nascimento <i>et al.</i> (2021); Acosta <i>et al.</i> (2022)
2	Consumo: consumo no turismo, compreensão sobre o consumo, inserção da tecnologia, acesso a produtos e serviços, antecedentes de consumo, fatores que influenciam no consumo, motivadores de consumo, revisões de experiências	Chagas e Aguiar (2020); Silva, Barbosa e Farias (2020); Silva <i>et al.</i> (2020); Vieira <i>et al.</i> (2020); Cruz e Freitas (2021); Giovanini (2021); Moltene e Orsato (2021); Violin (2021); Silva <i>et al.</i> (2021); Rodas Vera <i>et al.</i> (2021); Cerimelo e Violin (2022); Porto (2022); Schiavini <i>et al.</i> (2023)
3	Contribuições para as cidades e segurança: segurança pública, governança pública, distribuição espacial, potencial transformador	Mota e Lima (2018); Giovanini (2020); Lobo (2020); Lazzari <i>et al.</i> (2021)
4	Prática de trabalho: significado do trabalho, uberização do trabalho, espaços de interação social	Vaclavik e Pithan (2018); Franco e Ferraz (2019); Mesquita <i>et al.</i> (2019)
5	Enfoque na sustentabilidade: lógica da sustentabilidade	Rechene <i>et al.</i> (2018)

FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2024).

Evidencia-se que diversas pesquisas tem se concentrado em entender a respeito do estado da arte, bem como contribuir com a agenda de pesquisa sobre o fenômeno. Apesar disso, a maior parte dos artigos possuem como principal enfoque a análise das publicações internacionais, o que demonstra a necessidade também de se estudar sobre as pesquisas no contexto brasileiro, conforme proposto neste estudo. Para além dessa categoria, as pesquisas também versaram sobre o

consumo nesses tipos de serviços, as contribuições deste fenômeno para as cidades e segurança, a forma como as práticas de trabalho vem sendo entendidas, o papel da motivação e o enfoque na sustentabilidade. Portanto, evidencia-se a partir da análise dos principais temas estudados nos artigos a possibilidade de expansão sobre estes estudos ou mesmo o enfoque em outra temática de pesquisa.

Ainda, por meio da análise sobre as **principais lentes teóricas** utilizadas nas pesquisas, identificam-se diversas abordagens. Deste modo, foram achados estudos a respeito do fenômeno da Economia Compartilhada em si, investigando: o panorama das pesquisas, os conceitos, definições, inovações e tipologia (Giovanini, 2020; Lazzari *et al.*, 2021; Souza & Leonelli, 2021; Oliveira & Teodósio, 2020; Vieira *et al.*, 2020; Gerhard *et al.*, 2019; Silveira *et al.*, 2016; Petrini *et al.*, 2017; Costa-Nascimento *et al.*, 2021; Spalenza & Rigo, 2021); motivações, experiências, percepções, identidade e significado do consumo sob a ótica dos consumidores (Cruz & Freitas, 2021; Silva, Barbosa & Farias, 2020; Silva *et al.*, 2021; Rodas Vera *et al.*, 2021; Moltene & Orsato, 2021; Violin, 2021; Chagas & Aguiar, 2020; Silva *et al.*, 2020; Cerimelo & Porto, 2022; Violin, 2022); interações sociais (Mesquita *et al.*, 2019); influencia da EC e CC na mobilidade urbana e espacial (Pereira & Silva, 2020; Lobo, 2020); relações de trabalho (Franco & Ferraz, 2019); governança ou segurança pública (Giovanini, 2020; Mota & Lima, 2018). Posto isto, os estudos pautaram-se em teorias, como: o modelo de aceitação de tecnologia – UTAUT2 (Moltene & Orsato, 2021; Rodas Vera *et al.*, 2021), a teoria da extensão do self (Silva *et al.*, 2020); teoria ator-rede (Vieira *et al.*, 2020), a lógica institucional da sustentabilidade (Rechene *et al.*, 2018), a inovação social (Lazzari *et al.*, 2021), teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter (Acosta *et al.*, 2022), teoria dos dilemas sociais (Schiavini *et al.*, 2023). Essas lentes teóricas podem ser vistas no Quadro 3.

Isso demonstra que diversas teorias são sugeridas ou aplicadas na literatura de Economia Compartilhada, sendo oriundas principalmente do campo da Economia e Administração (Hossain, 2020).

Quadro 3 - Lentes teóricas

Lente teórica	Conceitos e ligação com a EC e CC nas pesquisas encontradas	Principais autores base
UTAUT2	A UTAUT2 examina a aceitação e o uso de tecnologias pelo consumidor, a partir dos determinantes: expectativa de desempenho; a expectativa de esforço; influência social; e as condições facilitadoras; motivação hedônica, o valor de preço e o hábito. Diante disso, as pesquisas investigam a aceitação e uso de aplicativos (por meio da UTAUT2) de EC e CC (de alimentos e turismo).	Venkatesh, Thong e Xu (2012).
Teoria da extensão do self	O self estendido representa a identidade do indivíduo transpassada e exposta pelo bem que possui, dotado de significados que definem o seu possuidor. Deste modo, busca-se compreender como se dá a extensão do self na prática do CC (compartilhamento de bicicletas).	Belk (1988) e Gjersoe, Newman, Chituc e Hood (2014)

Lente teórica	Conceitos e ligação com a EC e CC nas pesquisas encontradas	Principais autores base
Teoria ator-rede	A teoria ator-rede permite descrever uma inovação como técnica e social, bem como identificar as sociomaterialidades que estão a enactar as múltiplas realidades a partir da mobilização em controvérsias dos atores. Diante disso, a partir desta teoria, investiga-se a construção de um novo mercado, ou seja, da EC (Uber).	Latour (2012, 2016)
Lógica institucional da sustentabilidade	Considera-se a sustentabilidade como uma prática sociomaterial, representando um avanço em como implementar os valores da sustentabilidade na sociedade. Sob esta perspectiva, a prática da sustentabilidade pode favorecer o surgimento de novos modelos de negócios, no caso, da EC.	Vaskelainen, e Münzel (2018)
Inovação social	A perspectiva da inovação social permite que se identifiquem a justificativa, os atores e o enredo em que ocorrem (ou não) as mudanças sociais no contexto da EC.	Wittmayer et al. (2019)
Teoria do desenvolvimento econômico	Discute-se a teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter e permite uma introdução à EC. Deste modo, traz-se o consumo e a produção como determinantes das novas instituições econômicas.	Schumpeter (1997)
Teoria dos dilemas sociais	Utilizou-se a teoria dos dilemas sociais para compreender o efeito da comunicação na cooperação, em plataformas colaborativas não-monetárias.	Balliet (2010)

FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2024).

Por fim, com base no estudo de Lehnhart et al. (2021), realizou-se uma análise dos **aspectos metodológicos dos artigos** selecionados a fim de entender de que forma os temas que envolvem a Economia Compartilhada e Consumo Colaborativo têm sido investigados até o presente momento. O Quadro 4 apresenta uma síntese sobre os principais aspectos metodológicos utilizados pelos pesquisadores.

Quadro 4 - Síntese dos aspectos metodológicos utilizados

Aspectos Metodológicos	Frequência	Porcentagem
Natureza da pesquisa		
Qualitativa	12	37,5%
Quantitativa	2	6,25%
Quali-Quantitativa	1	3,12%
Não apresentou classificação	17	53,13%
Total	32	100%

Tipos de pesquisa		
Exploratória	7*	21,87%
Descritiva	3*	9,38%
Não apresentou classificação	22	68,75%
Total	32	100%
Delineamento de pesquisa		
Estudo de caso	5	15,63%
Survey	2	6,24%
Artigo bibliométrico	2	6,24%
Revisão da literatura	2	6,24%
Ensaio teórico	1	3,13%
Experimental	1	3,13%
Método Delphi	1	3,13%
Baseado na teoria ator-rede	1	3,13%
Pesquisa aplicada	1	3,13%
Não apresentou classificação	16	50,00%
Total	32	100%
Fontes de evidências		
Entrevistas	11*	24,44%
Análise documental	6*	13,33%
Observação	5*	11,11%
Dados secundários	6*	13,33%
Bibliográfica	5	11,11%
Questionário	6*	13,33%
Conversas informais	1*	2,22%
Não apresentou classificação	5	11,11%
Total	45	100%
Técnica de análise de dados		
Análises Estatísticas	10*	29,42%
Análise de Conteúdo	4	11,77%
Análise de Discurso	3	8,82%
Análise baseada na teoria fundamentada	2	5,88%
Análise qualitativa	1	2,94%
Software bibliométrico	1	2,94%
Análise sistemática da literatura	1	2,94%

Análise de Espacial de dados	1*	2,94%
Mandala de atores	1	2,94%
Árvore hierárquica das controvérsias	1	2,94%
Não apresentou classificação	9	26,47%
Total	34	100%

* CLASSIFICADO EM MAIS DE UMA CATEGORIA.

FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2024).

De maneira geral, observa-se que muitos autores evitam classificar suas pesquisas em cada uma das categorias, sendo que em muitos estudos não foi possível identificar a que natureza, tipo, delineamento, fonte de evidência ou técnica de análise a pesquisa estava classificada. Cabe destacar que foram preenchidos apenas aqueles espaços em que os próprios pesquisadores classificaram suas pesquisas, não sendo realizados pressuposições ao longo do preenchimento das informações.

Sendo assim, sobre a natureza da pesquisa, nota-se que no âmbito brasileiro tem-se realizado a maior parte das pesquisas sob o viés qualitativo, sendo que em quatro estudos os autores destacaram que possuíam inclusive uma perspectiva construtivista ao longo de sua construção de escrita. No que se refere aos tipos de pesquisa, 7 estudos foram classificados como exploratórios e 3 como descritivos, sendo que em um deles foi realizada uma pesquisa exploratória-descritiva. Quanto ao delineamento de pesquisa, cinco autores classificaram suas pesquisas como estudos de caso, enquanto os demais estudos foram classificados em mais oito delineamentos. Já em relação as fontes de evidências, observa-se que boa parte dos pesquisadores optaram pela realização de entrevistas, o que também corrobora com o fato da maior parte das pesquisas serem qualitativas. Por fim, em relação as técnicas de análise de dados, foram realizados em dez estudos análises estatísticas e em quatro análise de conteúdo, além de outros tipos de análises, conforme exposto no Quadro 4.

Insights para futuras pesquisas

A partir da análise das publicações nacionais, evidenciaram-se diversas oportunidades de pesquisas futuras. Cabe destacar que pelo fato da temática ser relativamente recente no contexto nacional (primeira publicação em 2016) e em pleno crescimento, justifica-se a reflexão sobre novas possibilidades de pesquisas, a partir de novos olhares sobre as temáticas Economia Compartilhada e Consumo Compartilhado, já que permitirão um maior aprofundamento e entendimento em relação aos assuntos.

Sendo assim, a partir dos diferentes objetivos de pesquisas investigados, temáticas pesquisadas e teorias aplicadas, verifica-se a necessidade da ampliação de estudos empíricos, já que foram encontrados diferentes estudos que visavam entender e investigar aspectos da literatura, principalmente internacional. Nesta perspectiva, ao se observar todos os textos publicados sobre os assuntos, bem como analisar as sugestões das pesquisas investigadas, foram elaboradas sugestões de temáticas para a investigação do fenômeno no contexto nacional, conforme Quadro 5.

Quadro 5 - Insights de pesquisas

Insights	Detalhamento
Ótica de diversos atores	
Enfoque nos diversos atores do fenômeno	Compreender a EC e CC por meio da investigação, na mesma pesquisa, de percepções dos diversos atores envolvidos no fenômeno, como: gestores, anfitriões, motoristas, agentes públicos, dentre outros.
Comportamento do consumidor	
Segmentação e enfoque em públicos específicos	Compreender o comportamento do consumidor em segmentos específicos que utilizam os serviços compartilhados (público feminino...)
Práticas e ideologias do consumo	Investigar o processo decisório, as atitudes e comportamentos, as emoções, grupos de referências, satisfação dos consumidores, ideologias do consumidor (visão de mundo, relação com a cultura, dentre outros).
Consumo de compartilhamento nacional e internacional	Traçar um paralelo entre o consumo compartilhada em diferentes contextos, visando a identificação de pontos convergentes e divergentes
EC e CC na sociedade	
EC e CC na Gestão pública	Entender os desafios, as dificuldades e soluções no contexto público.
Oferta dos serviços no Brasil	Ampliar a compreensão sobre as potencialidades e gargalos no número de serviços no contexto brasileiro.
Impactos na Sustentabilidade	Aprofundar a investigação sobre a potencial contribuição e o papel da EC e CC na questão de sustentabilidade.
Potencial de inovação	Impactos nos mais diversos níveis, ocasionando inovações disruptivas e revoluções tecnológicas proporcionados pelo fenômeno.
Indicadores de EC	Investigar a presença de EC e CC na sociedade, por meio da criação de indicadores e índices mais precisos.
Disseminação de mercados	Compreender o papel de práticas mercadológicas e não-mercadológicas na disseminação de mercados.
EC e CC e as relações de trabalho	Ampliar o entendimento sobre as relações de trabalho e o fenômeno de compartilhamento.
EC e CC e tecnologia	
Acesso à tecnologia: âmbito nacional e internacional	Compreender a respeito do acesso e uso da tecnologia envolvendo o contexto nacional em paralelo ao contexto internacional.
Transações e confiança	Ampliar o entendimento em relação a confiança na utilização dos aplicativos de tecnologia envolvidos no fenômeno.
Transações e eficiência	Investigar como as transações de EC e CC podem ser mais eficientes, investigando as plataformas e aplicativos utilizados

FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2024).

Dado o exposto no Quadro 5, foram identificadas quatro grandes categorias principais que representam *insights* para pesquisas futuras em relação à investigação do fenômeno no contexto brasileiro, e subcategoria inseridas nestas, sendo elas: ótica de diversos autores (ênfase nos mais diversos autores), comportamento do consumidor (segmentação e ênfase em públicos específicos, práticas e ideologias do consumo, consumo de compartilhamento nacional e internacional), EC e CC na sociedade (EC e CC na Gestão pública, oferta dos serviços no Brasil, impactos na Sustentabilidade, potencial de inovação, indicadores de EC, disseminação de mercados, EC e CC e as relações de trabalho) e EC e CC e tecnologia (acesso à tecnologia: âmbito nacional e internacional; transações e confiança).

Sobre os **aspectos metodológicos**, evidenciou-se que foram poucas pesquisas realizadas sob o âmbito quantitativo e de métodos mistos, praticamente não foram observadas. De modo geral, destacaram-se pesquisas qualitativas, o que é coerente com pesquisas em temáticas que são menos maduras (Silveira *et al.*, 2016). Diante disso, sobre sugestões que envolvem os aspectos metodológicos, citam-se a realização de estudos longitudinais (Lazzari *et al.*, 2021), que possam investigar os efeitos das ações regulatórias ou o comportamento dos mais diversos autores no EC e CC; estudos ao longo do tempo para investigar diferenças nas percepções dos consumidores (Silva, Barbosa & Farias, 2020).

Ainda, indica-se a realização de estudos quantitativos, como, por exemplo, survey e experimento, já que este tipo de abordagem permite quantificar/mensurar as informações por meio de técnicas estatísticas de amostras mais amplas com a maior objetividade possível, permitindo maior generalização do contexto nacional. Isso permitiria contemplar amostras em nível nacional, conforme sugerido no estudo de Chagas e Aguiar (2020). Por fim, acredita-se que também cabe espaço para pesquisas mais imersivas, como o caso da etnografia (Vieira *et al.*, 2020), já que permite a compreensão mais aprofundada sobre os temas de acordo com as crenças, tradições e costumes de uma nação.

Cabe destacar que ao longo deste estudo também foram identificados os principais autores (ex.: Petrini e Barbosa) e periódicos (ex.: RBTUR, Mackenzie, BBR e O&S) que publicam sobre as temáticas e servem como orientação para possíveis possibilidades de parcerias entre pesquisadores que já vem estudando a respeito das temáticas, além de locais para consulta sobre os temas ou mesmo conselhos de locais para as próximas publicações. Portanto, ao realizar novas pesquisas a partir das categorias propostas ou mesmo a partir dos procedimentos metodológicos sugeridos, deve-se considerar estas informações que servem como um direcionamento para próximos estudos.

Dado o exposto ao longo desta seção, observa-se que por se tratar de um assunto relativamente recente no contexto nacional ainda existe espaço para a ampliação do número de estudos em relação ao fenômeno do compartilhamento, seja por meio da diversificação dos aspectos metodológicos ou mesmo a ampliação e aprofundamento de temáticas de pesquisa, ainda escassas no que se refere a investigação do fenômeno. Sendo assim, acredita-se que por meio dos *insights* de pesquisas identificados neste estudo seja possível refletir sobre possíveis direcionamentos para próximos estudos sobre os temas.

CONCLUSÃO

Inserida nas temáticas de EC e CC, foram analisadas as publicações nacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo nas coleções brasileiras da *Scielo* e nos principais periódicos de administração, identificando o alcance da temática no Brasil e apontando *insights* para pesquisas futuras. A partir da pesquisa nos principais períodos nacionais de Administração e nas coleções brasileiras na *Scielo*, foram selecionados 28 artigos que trataram sobre as temáticas, sendo publicados em 14 periódicos brasileiros por 54 pesquisadores. Evidenciou-se que as publicações, em sua maior parte foram na língua portuguesa, apesar de serem encontradas pesquisas em inglês.

A primeira pesquisa encontrada foi no ano de 2016, evidenciando-se uma tendência de crescimento das publicações ao longo dos anos. Evidenciaram-se os autores e os periódicos com maior número de publicações. Deste modo, ao identificar os principais autores brasileiros e periódicos nacionais, já se pode ter algum direcionamento para criação de parcerias e fonte de pesquisas.

Referente às abordagens de serviços, ganharam destaque os serviços de hospedagem e acomodação, principalmente a plataforma Arbnb; seguidos por serviços de carona, especificamente da plataforma Uber, e demais serviços. Além disso, diversas pesquisas não apresentaram enfoque em plataforma ou serviços específicos.

Sobre os termos utilizados, verificou-se que não existe um consenso entre os autores, sendo os mais usuais pelos pesquisadores brasileiros: *sharing economy* ou economia compartilhada ou economia do compartilhamento, *collaborative consumption* ou consumo colaborativo, economia da partilha, economia colaborativa, economia do acesso e *gig economy*. Quanto as principais lentes teóricas utilizadas, identificam-se diversas abordagens, apontando que diversas teorias são sugeridas ou aplicadas na literatura de Economia Compartilhada, sendo oriundas principalmente do campo da Economia e Administração (Hossain, 2020).

Com relação aos objetivos, foram organizados em seis categorias: organização da literatura, consumo, contribuições para a cidade e a segurança, prática de trabalho, o papel da motivação e enfoque na sustentabilidade. Além disso, chama a atenção que a maior parte das pesquisas tem se concentrado em entender a respeito do estado da arte, bem como contribuir com a agenda de pesquisa sobre o fenômeno.

Referente aos aspectos metodológicos, de maneira geral, observa-se que muitos autores evitam classificar suas pesquisas em cada uma das categorias, sendo que em muitos estudos não foi possível identificar a que natureza, tipo, delineamento, fonte de evidência ou técnica de análise a pesquisa estava classificada. Contudo, destacaram-se as pesquisas de natureza qualitativa, estudos de caso, com fontes de evidências a partir de entrevistas, e quanto a técnicas de análise de dados, destacou-se, principalmente, as análises estatísticas e também a análise de conteúdo.

Buscando *insights* de pesquisa sobre as temáticas, a partir das lacunas dos estudos analisados e suas respectivas sugestões de pesquisas futuras, elaborou-se algumas sugestões de pesquisa. Estas foram englobadas em quatro grandes categorias e suas subcategorias: ótica de diversos autores, comportamento do consumidor, EC e CC na sociedade e EC e CC e tecnologia.

Dentre as sugestões que envolvem os aspectos metodológicos, citam-se a realização de estudos longitudinais, para investigar os efeitos das ações regulatórias ou o comportamento dos mais

diversos autores no EC e CC; bem como estudos ao longo do tempo para investigar diferenças nas percepções dos consumidores. Além disso, também foram sugeridas a realização de pesquisas quantitativas, métodos mistos, bem como pesquisas mais imersivas, como etnografia.

Por se tratar de um assunto relativamente recente no contexto nacional ainda existe espaço para a ampliação do número de estudos em relação ao fenômeno do compartilhamento, seja por meio da diversificação dos aspectos metodológicos ou mesmo a ampliação e aprofundamento de temáticas de pesquisa, ainda escassas no que se refere a investigação do fenômeno. Sendo assim, acredita-se que por meio dos *insights* de pesquisas identificados neste estudo seja possível refletir sobre possíveis direcionamentos e agenda de pesquisa para próximos estudos sobre os temas, contribuindo de forma significativa para os pesquisadores que possuem interesse em desbravar estas temáticas em suas pesquisas. Conforme destacado por Silveira *et al.* (2016), existe espaço e oportunidades para novos estudos nessas temáticas, para refinar e testar a teoria.

Dentre as limitações da atual pesquisa cita-se a realização de pesquisa nas publicações apenas nos principais periódicos nacionais de Administração. Do mesmo modo, como limitações resalta-se que podem existir outras publicações de autores brasileiros em plataformas científicas internacionais, não elencadas nesta pesquisa. Diante disso, sugere-se que as pesquisas futuras possam englobar estas pesquisas, bem como estudos publicados em outros periódicos nacionais e eventos nacionais, para possibilitar uma visão mais ampliada das pesquisas sobre EC e CC no contexto brasileiro. Além disso, sugerem-se pesquisas que permitam a criação de novos *insights* de pesquisa acerca das temáticas.

REFERÊNCIAS

- Acosta, L., Tello-Castrillón, C., Londoño-Cardozo, J., & Pasiminio, L. F. R. (2022). Sharing Economy: The new economic institution. *Nova Economia*, 32, 205-230.
- Adriano, B. M., & Steil, A. V. (2020). Modelos mentais na pesquisa em aprendizagem organizacional: Uma revisão integrativa. *Revista Administração em Diálogo-RAD*, 22(3), 118-140.
- Balliet, D. (2010). Communication and cooperation in social dilemmas: A meta-analytic review. *Journal of Conflict Resolution*, 54(1), 39-57.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of consumer research*, 39(4), 881-898.
- Bauman, Z. (2001). Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15(2), 139-168.
- Belk, R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *The anthropologist*, 18(1), 7-23.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Bookman Editora.
- Cerimelo, M., & Porto, N. (2023). Atributos, puntuación y precios hedónicos en la Provincia de Buenos Aires y CABA: un análisis basado en Booking y Airbnb. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, e-2587.
- Chagas, G. M. D. O., & Aguiar, E. C. (2020). O papel de motivações utilitárias e hedônicas na cocriação de valor e sua relação com a experiência no AIRBNB. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14, 158-176.
- Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70.
- Costa-Nascimento, D. V. D., Teodósio, A. D. S. D. S., & Pinto, M. D. R. (2021). Dilemas da economia da partilha na era do acesso. *Organizações & Sociedade*, 28, 806-829.

- Cruz, F. M. D. S., & Freitas, A. A. F. D. (2021). Me senti em casa: análise das revisões de experiências de hospedagem colaborativa no site Airbnb sob o prisma da confiança. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15.
- Dal Bó, G. J. D., & Petrini, M. (2019). Empowering and resisting in a sharing economy: Two sides of the same coin. *BAR-Brazilian Administration Review*, 16 (3), 1-27.
- Ferreira, W. S. D. S., Vale, G. M. V., & Bernardes, P. (2021). Inovação, Rupturas e Ciclos Econômicos em Plataformas Tecnológicas: Proposta de um Modelo de Análise. *Organizações & Sociedade*, 28, 495-518.
- Franco, D. S., & Ferraz, D. L. D. S. (2019). Uberização do trabalho e acumulação capitalista. *Cadernos Ebape. BR*, 17, 844-856.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10.
- Freitas, C. K., & Petrini, M. De. D. (2017). Direcionadores e inibidores para o consumo colaborativo no cenário brasileiro. In *Anais do 41º Encontro da ANPAD*, São Paulo.
- Galvão, M. C. B., & Ricarte, I. L. M. (2019). Revisão sistemática da literatura: conceituação, produção e publicação. *Logeion: Filosofia da informação*, 6(1), 57-73..
- Gerhard, F., Silva Júnior, J. T., & Câmara, S. F. (2019). Tipificando a Economia do Compartilhamento e a Economia do Acesso. *Organizações & Sociedade*, 26, 795-814..
- Giovanini, A. (2020). Economia compartilhada e governança pública. *Revista de Administração Pública*, 54 (5), 1207-1238.
- Giovanini, A. (2021). Sharing economy and new transnational ways of consumption in the unicorn age: definitions, dissemination and conditioners. *Revista Brasileira de Inovação*, 20, 1-27.
- Gjerseoe, N. L., Newman, G. E., Chituc, V., & Hood, B. (2014). Individualism and the extended-self: Cross-cultural differences in the valuation of authentic objects. *PLoS One*, 9(3).
- Guimarães, J. G. A., Franco, V. R., & Souza, C. C. L. (2017). Scientific growth and thematic differences in Sharing Economy's literature over the past 10 years. In *Anais do 41º Encontro da ANPAD*, São Paulo.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.
- Hossain, M. (2020). Sharing economy: A comprehensive literature review. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102470.
- Kennedy, J. (2016). Conceptual boundaries of sharing. *Information, Communication & Society*, 19(4), 461-474.
- Latour, B. (2012). Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede. *Editora da Universidade Federal da Bahia*.
- Latour, B. (2016). Cogitamus: Seis cartas sobre as humanidades científicas. *São Paulo: Editora 34*.
- Lazzari, A. D. R., Petrini, M., & Souza, A. C. (2021). Economia Compartilhada E Os Contextos Econômicos E Sociais: Mercenarismo Ou Bem Comum? *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 22 (4), 1-29.
- Lehnhart, E. dos R., Radons, D. L., Taglapietra, R. D. & Tontini, J. (2021). Aplicação da técnica de eye tracking em pesquisas envolvendo a tomada de decisão: uma análise bibliométrica dos estudos publicados entre 2009 e 2019. *R. Ci. Inf. e Doc.*, Ribeirão Preto, v. 12, n. 1, p. 41-59.
- Lima, S. H. O., & Carlos Filho, F. A. (2017). Análise da Produção Científica sobre Sharing Economy. In *Anais do 41º Encontro da ANPAD*, São Paulo.
- Lobo, Y. S. (2020). Economia colaborativa e destinos turísticos urbanos: análise da distribuição espacial da Airbnb em Curitiba. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14 (3), 32-49.
- Lopes, I. B., & De Souza, E. C. L. (2018). Economia Compartilhada mapeando o fenômeno. In *Anais do 41º Encontro da ANPAD*, Curitiba.
- Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). Adapting to the sharing economy. *MIT Sloan Management Review*, 56 (2), 71-77.
- Mesquita, L. A., Pozzebon, M., & Petrini, M. (2019). Construindo espaços de interação social a partir de relações e práticas de trabalho compartilhado. *Revista de Administração Contemporânea*, 24 (2), 181-196.
- Moltene, L., & Orsato, R. J. (2021). Economia Compartilhada na prática: um estudo exploratório sobre aceitação e uso de plataformas digitais para a redução do desperdício de alimentos. *Revista de Administração de Empresas*, 61 (5), 1-20.
- Mota, J. M. B., & Lima, A. C. (2018). Efetividade do crowdsourcing como apoio à Segurança Pública. *Revista de Administração Contemporânea*, 22 (5), 683-703.
- Oliveira Netto, C. D. O., & Tello-Gamarra, J. E. (2020). Sharing economy: A bibliometric analysis, research trends and research agenda. *Journal of technology management & innovation*, 15(2), 41-55.
- Oliveira, V. M. D., & Teodósio, A. D. S. D. S. (2020). Consumo Colaborativo: um estudo bibliométrico entre 2010 e 2019. *REAd. Revista Eletrônica de Administração*, 26 (2), 300-329.

- Pereira, C. H. T., & Silva, M. E. (2020). Entendendo a integração de atores sociotécnicos para mobilidade urbana compartilhada e sustentável. *BBR. Brazilian Business Review*, 17 (6), 706-724.
- Petrini, M., Freitas, C. S. D., & Silveira, L. M. D. (2017). A proposal for a typology of sharing economy. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 18, 39-62.
- Rechene, S. T., Silva, M. E., & Campos, S. A. (2018). Sharing economy and sustainability logic: Analyzing the use of shared bikes. *BAR-Brazilian Administration Review*, 15 (3), 1-18.
- Resende, S. P. (2018). *Uma Análise Dos Processos Simbólicos Envolvidos No Consumo De Fãs Do Gênero Musical Funk À Luz Da Cultura Material*. (Tese de Administração). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil.
- Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121-129.
- Rodas Vera, L. A. R., Gosling, M. D. S., & Silva, J. A. (2021). Um estudo comparativo Brasil-Portugal sobre os antecedentes do consumo do CouchSurfing. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15.
- Saes, M. S. M., Mello, A., & Sandes-Guimarães, L. V. D. (2017). Revistas brasileiras em Administração: Relevância para quem?. *Revista de Administração de Empresas*, 57 (5), 515-519.
- Schiavini, J., Garrido, I. L., Ladeira, W. J., & Wegner, D. (2023). How do sanctions and communication affect cooperative behaviors in non-monetary platforms of collaborative consumption? An experimental study. *Brazilian Business Review*.
- Schumpeter, J. A. (1997). *Teoría del desenvolvimiento económico: Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. Fondo de Cultura Económica.
- Silva, L. A., Barbosa, M. D. L. D. A., & Farias, M. L. (2021). A Identidade do turista e o consumo colaborativo: uma análise a partir do discurso percebido pelos consumidores da plataforma Airbnb. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15 (2), 1-17.
- Silva, L. A., Barbosa, M. L. A., & Farias, M. L. (2020). Significados do consumo colaborativo no turismo a partir dos consumidores do Airbnb. *Turismo: Visão e Ação*, 22 (2), 380-400.
- Silva, M. J. D. B., Barbosa, M. D. L. D. A., Costa, M. F. D., & Gomes, J. D. P. (2020). Entre posse e acesso: compreendendo a extensão do self no consumo colaborativo. *Organizações & Sociedade*, 27 (93), 333-356.
- Silveira, L. M., Petrini, M., & dos Santos, A. C. M. Z. (2016). Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando?. *REGE-Revista de Gestão*, 23(4), 298-305..
- Souza, R. B. D., & Leonelli, G. C. V. (2021). Airbnb no Brasil: uma nova agenda de pesquisa para os estudos urbanos. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 13, 1-15.
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy*. Cambridge: The MIT Press.
- Spalenza, A. S., & Rigo, A. S. (2021). Sharing economy and the trends of publications: a systematic literature review. *Revista de Administração da UFSM*, 14 (4), 789-808.
- Trabucchi, D., Muzellec, L., & Ronteau, S. (2019). Sharing economy: seeing through the fog. *Internet Research*, 29(5), 996-1013.
- Vaclavik, M. C., & Pithan, L. H. (2018). The agency search: The meaning of work for app drivers. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 19 (5), 1-27.
- Vaskelainen, T., & Münzel, K. (2018). The effect of institutional logics on business model development in the sharing economy: The case of German carsharing services. *Academy of Management Discoveries*, 4(3), 273-293.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 36 (1), 157-178.
- Vieira, K. C., Paiva, A. L., Alcântara, V. C., & Rezende, D. C. (2020). Abrindo Caixas-Pretas Das Inovações Disruptivas: Controvérsias Envolvendo A Uber Em Belo Horizonte. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 21 (3), 1-27.
- Violin, F. (2021). Motivadores de uso de serviços de compartilhamento de veículo sob demanda no Brasil. *BBR. Brazilian Business Review*, 18 (6), 643-661.
- Violin, F. L. (2022). Consumption inductors of displacement modes linked to ride-hailing in Brazil. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 14.
- Weber, T. A. (2016). Product pricing in a peer-to-peer economy. *Journal of Management Information Systems*, 33(2), 573-596.
- Whittemore, R., & Knafel, K. (2005). The integrative review: updated methodology. *Journal of advanced nursing*, 52(5), 546-553.
- Wittmayer, J. M., Backhaus, J., Avelino, F., Pel, B., Strasser, T., Kunze, I., & Zuijderwijk, L. (2019). Narratives of change: How social innovation initiatives construct societal transformation. *Futures*, 112, 102433.