



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL E INSIGHTS PARA PESQUISAS FUTURAS

ANA CLAUDIA DA ROSA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

NATÁLIA PAVANELO PIVETTA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

DEBORA BOBSIN

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

FLAVIA LUCIANE SCHERER

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

MARCELO AUGUSTO EHLERS MACHADO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL E *INSIGHTS* PARA PESQUISAS FUTURAS

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a economia compartilhada tem se tornado um fenômeno relevante e em ascensão (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016; TRABUCCHI; MUZELLEC; RONTEAU, 2019), emergindo como forma de gerenciar as mudanças da sociedade líquida que transformam o tempo em um elemento volúvel (BAUMAN, 2001). Este fenômeno pode ser rotulado sob diversas denominações, tais como: economia colaborativa, consumo colaborativo, economia colaborativa, entre outros (DREDGE; GYIMOTHY, 2015).

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, M.; UKKONEN, 2016).

Para Schiavini (2019), esta nova forma de consumo ganhou destaque devido a diversos casos de sucesso como, por exemplo, as plataformas Uber e Airbnb. Além dessas plataformas, Schiavini (2019, p. 16) cita outras formas de compartilhamento realizadas no Brasil e em outros países, “como compra e venda de usados (OLX, Enjoei), caronas solidárias (BlaBlaCar), empréstimo de coisas entre vizinhos (Tem Açúcar), hospedagem gratuita para viajantes (Couchsurfing), hospedagem de animais de estimação (Dog Hero), entre outros”. Em contrapartida a esse interesse do mercado, Martins Filho (2019) discorre que este assunto é um tema pouco estudado, especialmente no cenário brasileiro.

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 chamado atenção e provocado discussões produtivas entre os pesquisadores brasileiros.

Cabe ressaltar que as pesquisas concentram-se na investigação do panorama de 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, Muzellec, Ronteau (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.

1.1 Problema de Pesquisa e Objetivo

Evidencia-se uma lacuna de investigação a respeito do panorama de pesquisas nacionais sobre as temáticas de economia compartilhada e consumo colaborativo. Buscando suprir esta lacuna, este artigo traz como reflexões: *Qual é o panorama das pesquisas nacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo? Qual a relevância dessas temáticas no contexto brasileiro? Quais são os caminhos de pesquisa trilhados até o momento? Quais são as possibilidades para novas pesquisas?*

Posto isto, a partir deste estudo, 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.

2 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 definir EC, 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 (entre amigos e familiares) 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). Belk (2014, p. 1599) enfatiza que o paradigma “Você é o que você possui” passou a ser “Você é o que você compartilha”.

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, 2015). 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, 2015).

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.

A primeira definição de consumo colaborativo (CC), apresentada por Felson e Spaeth (1978, p. 614), caracteriza este tipo de consumo como “eventos onde uma ou mais pessoas consumiam bens e serviços, engajadas em atividades conjuntas com uma ou mais pessoas”. Reconhecidas como pioneiras no escopo do comportamento do consumidor, as pesquisas de Belk (2014) exploraram as temáticas de compartilhamento e CC. Para Belk (2014), a diferença entre os conceitos de compartilhamento e CC está no fato de que o CC envolve uma taxa ou outra forma de remuneração, já o compartilhamento não envolve uma taxa.

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 taxa ou compensação. Portanto, de acordo com os autores, esse tipo de consumo exclui as atividades de compartilhamento que não envolvem nenhum tipo de 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.

Bostman 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, brinquedos, carros, bicicletas, etc. (BOSTMAN; ROGERS, 2011).

Os mercados de redistribuição são associados às revendas e redistribuição, envolvendo trocas e doações (BOSTMAN; ROGERS, 2011), onde a transferência da propriedade é uma das principais características. Por fim, a última forma de CC, proposta por Bostman 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.

3 METODOLOGIA

Considerando o objetivo deste estudo, realizou-se uma revisão da literatura. Para isso, seguiu-se as etapas propostas por Whittemore e Knafl (2005) e o exemplo de aplicação de Adriano e Steil (2020), conforme demonstrado no Quadro 1.

Quadro 1 - Etapas de elaboração da pesquisa

Etapas	Detalhamento das atividades
Identificação do problema	▪ 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	▪ Critério de busca: (1) Termos: “economia compartilhada”, “<i>sharing economy</i>”, “consumo colaborativo” e “<i>colaborative consumption</i>”. (2) Período: todo período. (3) Locais de busca: (1) 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: 42 artigos.
Avaliação dos dados	▪ 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	▪ Documentos selecionados e lidos na íntegra: 28 artigos. ▪ Tabulação dos dados em planilha, conforme os critérios: código, autores, ano, título, palavras-chave, objetivo, método, principais resultados e periódico.
Análise 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 (2022).

Inicialmente, pesquisou-se os termos “economia compartilhada”, “sharing economy”, “consumo colaborativo” e “colaborative consumption”, sem a utilização de um critério temporal, visando obter um panorama geral das pesquisas. No entanto, observou-se que a partir das buscas realizadas, a primeira publicação sobre o tema foi no ano de 2016. As buscas foram realizadas nas coleções brasileiras da *Scielo* e nos principais periódicos de administração, durante o último trimestre do ano de 2021. Cabe ressaltar que a ideia inicial do estudo era de contemplar apenas as pesquisas veiculadas nos principais periódicos de administração, tendo em vista a sua relevância no âmbito nacional. No entanto, considerando o baixo número de estudos contemplados ($n = 12$), decidiu-se ampliar a pesquisa para os demais periódicos brasileiros, utilizando-se a base de dados *Scielo*, sendo filtrados apenas os artigos brasileiros.

Durante a avaliação dos documentos, utilizou-se como critérios de inclusão aqueles artigos que eram nacionais, publicados em periódicos científicos e que tratavam das temáticas EC e CC, já em relação aos critérios de exclusão foram descartados apenas os artigos duplicados nas pesquisas. Ao final, foram selecionados 28 estudos, sendo 20 artigos sobre EC e 8 pesquisas sobre CC, que foram lidos 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.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados são pautados em dois itens principais. O primeiro deles apresenta as principais características observadas nos artigos encontrados, demonstrando uma análise geral. O segundo tópico trata a respeito dos principais *insights* de pesquisa que surgiram a partir do entendimento de como o campo de estudo sobre as temáticas tem se organizado no contexto nacional, demonstrando possibilidades de pesquisas para estudiosos do campo.

4.1 Características gerais das pesquisas

A partir da pesquisa realizada foram selecionados 28 artigos que trataram sobre as temáticas CC e/ou EC no contexto brasileiro, sendo publicados em 14 periódicos brasileiros por 54 pesquisadores. Destes artigos, observa-se que os estudos foram divulgados nos idiomas português (22 artigos) e inglês (21 artigos), sendo a maior parte publicados em ambas as línguas (15 artigos), enquanto apenas 6 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. Os dados das publicações podem ser visualizados na Tabela 1.

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; SOUZA, 2018). Ao longo dos anos, é possível verificar um aumento do número de publicações sobre os assuntos. Esse achado corrobora com outros estudos da literatura, que demonstram o aumento de pesquisas sobre os temas (ex.: OLIVEIRA; TEODÓSIO (2020); OLIVEIRA NETTO; TELLO-GAMARRA, 2020). Ainda, na pesquisa de Silveira, Petrini e Santos (2016), as autoras já apontavam um crescimento no número de publicações nas coleções internacionais envolvendo as temáticas de Consumo Colaborativo e Economia Compartilhada, podendo-se evidenciar que as publicações nacionais estão seguindo as tendências internacionais em relação ao interesse de pesquisa sobre os assuntos.

Tabela 1 - Pesquisas encontradas

Ano	Autor (es)	Título
2021	Costa-Nascimento; Teodósio; Pinto	Dilemas da Economia da Partilha na Era do Acesso
2021	Cruz; Freitas	Me senti em casa: análise das revisões de experiências de hospedagem colaborativa no site Airbnb sob o prisma da confiança
2021	Ferreira; Vale; Bernardes	Inovação, Rupturas e Ciclos Econômicos em Plataformas Tecnológicas: Proposta de um Modelo de Análise
2021	Giovanini	<i>Sharing Economy and New Transnational Ways of Consumption in the Unicorn Age: Definitions, Dissemination and Conditioners</i>
2021	Lazzari; Petrini; Souza	Economia Compartilhada e os contextos econômicos e sociais: Mercenarismo ou bem comum?
2021	Moltene; Orsato	Economia Compartilhada na prática: um estudo exploratório sobre aceitação e uso de plataformas digitais para a redução do desperdício de alimentos
2021	Rodas Vera; Gosling; Silva	Um estudo comparativo Brasil-Portugal sobre os antecedentes do consumo do CouchSurfing
2021	Silva; Barbosa; Farias	A Identidade do turista e o consumo colaborativo: uma análise a partir do discurso percebido pelos consumidores da plataforma Airbnb
2021	Spalenza; Rigo	<i>Sharing Economy and the trends of publications: a systematic literature review</i>
2021	Souza; Leonelli	Airbnb no Brasil: uma nova agenda de pesquisa para os estudos urbanos
2021	Violin	Motivadores de uso de serviços de compartilhamento de veículo sob demanda no Brasil.
2020	Chagas; Aguiar	O papel de motivações utilitárias e hedônicas na cocriação de valor e sua relação com a experiência no AIRBNB
2020	Giovanini	Economia compartilhada e governança pública
2020	Lobo	Economia colaborativa e destinos turísticos urbanos: análise da distribuição espacial da Airbnb em Curitiba
2020	Mesquita; Pozzebon; Petrini	Construindo espaços de interação social a partir de relações e práticas de trabalho compartilhado
2020	Pereira; Silva	Entendendo a Integração de Atores Sociotécnicos para Mobilidade Urbana Compartilhada e Sustentável
2020	Oliveira; Teodósio	Consumo Colaborativo: um estudo bibliométrico entre 2010 e 2019
2020	Silva; Barbosa; Farias	Significados do consumo colaborativo no turismo a partir dos consumidores do Airbnb
2020	Silva; Barbosa; Costa; Gomes	Entre posse e acesso: compreendendo a extensão do self no consumo colaborativo
2020	Vieira; Paiva; Alcântara; Rezende	Abrindo Caixas-Pretas Das Inovações Disruptivas: Controvérsias Envolvendo A Uber Em Belo Horizonte
2019	Dal Bó; Petrini	<i>Empowering and resisting in a sharing economy: Two sides of the same coin</i>
2019	Franco; Ferraz	Uberização do trabalho e acumulação capitalista
2019	Gerhard; Silva; Câmara	Tipificando a Economia do Compartilhamento e a Economia do Acesso
2018	Mota; Lima	Efetividade do crowdsourcing como apoio à segurança pública
2018	Rechene; Silva; Campos	<i>Sharing economy and sustainability logic: Analyzing the use of shared bikes</i>
2018	Vaclavik; Pithan	<i>The agency search: The meaning of work for app drivers</i>
2017	Petrini; Freitas; Silveira	<i>A proposal for a typology of sharing economy</i>
2016	Silveira; Petrini; Dos Santos	Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando?

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

A respeito dos **autores** com maior número de publicações sobre as temáticas, destaca-se Maira Petrini (n = 5 publicações) e Maria de Lourdes Barbosa (n = 3 publicações), sendo as pesquisadoras com maior número de estudos sobre os assuntos. Maira Petrini é professora da área de gestão da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC RS) e possui como principais disciplinas de interesse engenharia de *software*, ciência da informação e

sistemas de informação, já Maria de Lourdes Barbosa é professora pesquisadora aposentada pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e possui experiência na área de gestão do turismo, hotelaria e gastronomia, com ênfase em marketing e consumo. Este achado demonstra o quanto o fenômeno pode ser pesquisado por diferentes vertentes de pesquisa.

Na sequência, pode-se citar os autores Adilson Giovanini (Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC), Armindo dos Santos de Souza Teodósio (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC Minas), Minelle Silva (*Excelia Business School*), Lisilene Mello da Silveira (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUC RS), Miriam Leite Farias (Universidade Federal de Pernambuco - UFPE) e Luana Alexandre Silva (Universidade Federal de Pernambuco - UFPE) com duas publicações cada, enquanto os demais autores publicaram apenas um artigo. Este fato demonstra que ainda não existe um pesquisador brasileiro que se sobressaia em número de publicações sobre os assuntos, verificando-se que ainda está se buscando entender sobre as temáticas sob uma perspectiva geral, mesmo sendo um assunto que esteja sendo cada vez mais pesquisado.

Sobre os vínculos institucionais dos autores com o maior número de publicações, evidenciam-se cinco instituições de ensino que se destacam, sendo elas a PUC RS e UDESC na região Sul, a PUC Minas na região Sudeste e UNIFOR e UFPE na região Nordeste, demonstrando que os assuntos são estudados em diferentes locais do país. Salienta-se que as instituições que concentraram maior número de publicações foram a PUC RS e UFPE, com duas e três publicações, respectivamente. Já em relação a parceria entre os pesquisadores, observa-se que a maioria dos artigos foram publicados em coautoria (entre dois ou mais autores), contemplando 85,71% das pesquisas (n = 24 artigos), o que corrobora com o estudo de Silveira, Petrini e Santos (2016), que evidenciaram uma predominância de publicações em coautoria no contexto de pesquisa internacional.

Quanto aos **principais periódicos** que veiculam trabalhos sobre os assuntos, identifica-se que 14 periódicos publicaram os 28 artigos analisados. Destes, o periódico que contou com o maior número de publicações foi a Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTUR), com 5 artigos. Na sequência e empatados com 4 publicações cada, encontram-se a Revista de Administração Mackenzie, a *Brazilian Business Review* (BBR) e a Revista Organizações & Sociedade (O&S). Em terceira colocação, está a Revista de Administração Contemporânea (RAC) com 2 publicações. Os demais periódicos – 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); Revista Brasileira de Gestão Urbana; 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 qualis A2), demonstrando que o assunto é um tema de interesse em revistas de destaque na área.

No que tange aos **principais termos utilizados** pelos pesquisadores (*sharing economy* ou *colaborative consumption*), verifica-se que não existe um consenso entre os autores a respeito do termo utilizado, sendo os mais usuais: *sharing economy* ou economia compartilhada ou economia do compartilhamento (SILVEIRA; PETRINI; DOS SANTOS, 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, 2020; PEREIRA; SILVA, 2020; VIEIRA *et al.*, 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), *collaborative consumption* ou consumo colaborativo (SILVEIRA; PETRINI; DOS SANTOS, 2016; PETRINI; FREITAS;

SILVEIRA, 2017; FRANCO; FERRAZ, 2019; OLIVEIRA; TEODÓSIO, 2020; SILVA; BARBOSA; FARIAS, 2020; SILVA *et al.*, 2020; CRUZ, FREITAS, 2021; SILVA; BARBOSA; FARIAS, 2021; CHAGAS; AGUIAR, 2020), economia da partilha (OLIVEIRA; TEODÓSIO, 2020; COSTA-NASCIMENTO; TEODÓSIO; PINTO, 2021), economia colaborativa (MOTA; LIMA, 2018; LOBO, 2020; MOLTENE; ORSATO, 2021), economia do acesso (GERHARD; SILVA JÚNIOR; CÂMARA, 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 (DE SOUZA *et al.*, 2020). Conforme Gerhard, Silva Júnior e Câmara (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 (ECKHARDT; BARDHI, 2015, 2016). 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; SILVA JÚNIOR; CÂMARA, 2019).

Tratando-se dos **objetivos presentes nos artigos**, verifica-se diferentes enfoques. A partir da leitura dos principais objetivos de cada um dos artigos, foram definidas seis categorias, conforme demonstrado na Tabela 2.

Tabela 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; Petrini; Dos Santos (2016); Petrini; Freitas; Silveira (2017); Mota; Lima (2018); Dal Bó; Petrini (2019); Gerhard; Silva; Câmara (2019); Pereira; Silva (2020); Oliveira; Teodósio (2020); Ferreira; Vale; Bernardes (2021); Souza; Leonelli (2021); Spalenza; Rigo (2021); Costa-Nascimento; Teodósio; Pinto (2021)
2	Consumo: consumo no turismo, compreensão sobre o consumo, inserção da tecnologia, acesso a produtos e serviços, antecedentes de consumo, revisões de experiências	Silva; Barbosa; Farias (2020); Silva <i>et al.</i> (2020); Vieira <i>et al.</i> (2020); Cruz; Freitas (2021); Silva; Barbosa; Farias (2021); Rodas Vera; Gosling; Silva (2021);
3	Contribuições para as cidades e segurança: segurança pública, governança pública, distribuição espacial, potencial transformador	Mota; Lima (2018); Giovanini (2020); Lobo (2020); Lazzari; Petrini; Souza (2021);
4	Prática de trabalho: significado do trabalho, uberização do trabalho, espaços de interação social	Vaclavik; Pithan (2018); Franco; Ferraz (2019); Mesquita; Pozzebon; Petrini (2020);
5	O papel da motivação: motivadores de uso, fatores influenciam	Chagas; Aguiar (2020); Giovanini (2021); Moltene; Orsato (2021); Violin (2021);
6	Enfoque na sustentabilidade: lógica da sustentabilidade	Rechene; Silva; Campos (2018);

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Evidencia-se 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. Apesar disso, a maior parte dos artigos possuem como principal enfoque a análise das publicações internacionais, o que demonstra a necessidade de se estudar também sobre as pesquisas no âmbito nacional, conforme proposta deste 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, achado-se estudos a respeito do fenômeno da EC em si investigando: o panorama das pesquisas, os conceitos, definições, inovações e tipologia (GIOVANINI, 2020; LAZZARI; PETRINI; SOUZA, 2020; SOUZA; LEONELLI, 2021; OLIVEIRA; TEODÓSIO, 2020; VIEIRA *et al.*, 2020; GERHARD; SILVA JUNIOR; CÂMARA, 2019; SILVEIRA; PETRINI; DOS SANTOS, 2016; PETRINI; FREITAS; SILVEIRA, 2017; COSTA-NASCIMENTO; TEODÓSIO; PINTO, 2021;; SPALENZA; RIGO, 2021); motivações, experiências, percepções, identidade e significado do consumo sob a ótica dos consumidores (CRUZ; FREITAS, 2021; SILVA; BARBOSA; FARIAS, 2019; SILVA; BARBOSA; FARIAS, 2021; RODAS VERA; GOSLING; SILVA, 2021; MOLTENE; ORSATO, 2021; VIOLIN, 2021; CHAGAS; AGUIAR, 2020; SILVA *et al.*, 2020); interações sociais (MESQUISA; POZZEBON; PETRINI, 2020); 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; GOSLING; SILVA, 2021), a teoria da extensão do self (SILVA *et al.*, 2020); teoria ator-rede (VIEIRA *et al.*, 2020), a lógica institucional da sustentabilidade (RECHENE; SILVA; CAMPOS, 2018), a inovação social (LAZZARI; PETRINI; SOUZA, 2021). Essas lentes teóricas podem ser vistas no Quadro 2, demonstrando-se que diversas teorias são sugeridas ou aplicadas na literatura de EC, sendo oriundas principalmente do campo da Economia e Administração (HOSSAIN, 2020).

Quadro 2 – 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 <i>self</i> 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 <i>et al.</i> (2014)
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 (in press).
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).

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Sobre os **enfoques de serviços**, ganha-se destaque a hospedagem e acomodação, como principal plataforma o *Airbnb* (CRUZ; FREITAS, 2021; FERREIRA; VALE; BERNARDES, 2021; SILVA; BARBOSA; FARIAS, 2021; SOUZA; LEONELLI, 2021; CHAGAS; AGUIAR, 2020; LOBO, 2020; SILVA; BARBOSA; FARIAS, 2020) e o *Couchsurfing* (RODAS VERA; GOSLING; SILVA, 2021); seguidos por serviços de carona, especificamente o Uber (FERREIRA; VALE; BERNARDES, 2021; VIEIRA; PAIVA; ALCÂNTARA; REZENDE, 2020; DAL BÓ; PETRINI, 2019). As pesquisas também versaram sobre trabalho compartilhado - *coworking* (MESQUITA; POZZEBON; PETRINI, 2020); mobilidade urbana (PEREIRA; SILVA, 2020); *crowdsourcing* (MOTA; LIMA, 2018); bicicletas compartilhadas (RECHENE; SILVA; CAMPOS, 2018) e aplicativos de transporte (VACLAVIK; PITHAN, 2018). Os demais artigos não apresentaram enfoque específico.

Por fim, com base no estudo de Löbner *et al.* (2015), realizou-se uma análise dos **aspectos metodológicos dos artigos** selecionados a fim de entender de que forma os temas que envolvem a EC e CC têm sido investigados até o presente momento. O Quadro 3 apresenta uma síntese sobre os principais aspectos metodológicos utilizados.

Quadro 3 - Síntese dos aspectos metodológicos utilizados

Aspectos Metodológicos	Frequência	Porcentagem
Natureza da pesquisa		
Qualitativa	12	42,86%
Quantitativa	2	7,14%
Quali-Quantitativa	1	3,57%
Não apresentou classificação	13	46,43%
Total	28	100%
Tipos de pesquisa		
Exploratória	7*	24,14%
Descritiva	3*	10,34%
Não apresentou classificação	19	65,52%
Total	29	100%
Delineamento de pesquisa		
Estudo de caso	5	17,86%
Survey	2	7,14%
Artigo bibliométrico	2	7,14%
Revisão da literatura	2	7,14%
Ensaio teórico	1	3,57%
Método Delphi	1	3,57%
Baseado na teoria ator-rede	1	3,57%
Pesquisa aplicada	1	3,57%
Não apresentou classificação	13	46,43%
Total	28	100%
Fontes de evidências		
Entrevistas	10*	25%
Análise documental	6*	15%
Observação	5*	12,5%
Dados secundários	5*	12,5%
Bibliográfica	5	12,5%
Questionário	4	10%
Conversas informais	1*	2,5%
Não apresentou classificação	4	10%
Total	40	100%
Técnica de análise de dados		
Análises Estatísticas	7*	23,34%
Análise de Conteúdo	4	13,34%
Análise de Discurso	3	10%

Análise baseada na teoria fundamentada	2	6,67%
Análise qualitativa	1	3,33%
Software bibliométrico	1	3,33%
Análise sistemática da literatura	1	3,33%
Análise de Espacial de dados	1*	3,33%
Mandala de atores	1	3,33%
Árvore hierárquica das controvérsias	1	3,33%
Não apresentou classificação	8	26,67%
Total	30	100%

* classificado em mais de uma categoria.

Fonte: elaborado pelos autores (2022)

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 sete 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 sete estudos análises estatísticas e em quatro análise de conteúdo, além de outros tipos de análises, conforme exposto no Quadro 3.

4.2 *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 as seguintes sugestões de temáticas para a investigação do fenômeno no contexto nacional, conforme Quadro 4.

Dado o exposto, 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 enfoque 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).

Quadro 4 - *Insights* de pesquisas

<i>Insights</i>	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 (2022).

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; PETRINI; SANTOS, 2016). Diante disso, sobre sugestões que envolvem os aspectos metodológicos, citam-se a realização de estudos longitudinais (LAZZARI; PETRINI; SOUZA, 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.

5 CONCLUSÃO

Inserida nas temáticas de EC e CC, a atual pesquisa trouxe como reflexões: *Qual é o panorama das pesquisas nacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo? Qual a relevância dessas temáticas no contexto brasileiro? Quais são os caminhos de pesquisa trilhados até o momento? Quais são as possibilidades para novas pesquisas?* Posto isto, a partir deste estudo, 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. Os autores que se destacaram pelo número de publicações foram Maira Petrini e Maria de Lourdes Barbosa. Os periódicos que ganharam destaque foram a Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTUR), a Revista de Administração Mackenzie, a *Brazilian Business Review* (BBR) e a Revista Organizações & Sociedade (O&S). Destaca-se que, ao evidenciar 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, englobados em quatro grandes categorias e suas subcategorias: ótica de diversos autores (enfoque nos mais diversos autores), comportamento do consumidor (segmentação e enfoque 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).

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, Petrini e Santos (2016), existe espaço e oportunidades para novos estudos nessas temáticas, para refinar e testar a teoria.

Dentre as limitações deste estudo, cita-se a realização de pesquisas nos principais periódicos nacionais de Administração. Diante disso, sugere-se que as pesquisas futuras podem englobar outros periódicos nacionais, bem como 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.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADRIANO, B. M.; STEIL, A. V. Modelos mentais na pesquisa em aprendizagem organizacional: Uma revisão integrativa. **RAD**, v. 22, n. 3, p. 118-140, 2020.
- BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. 4, p. 881-898, 2012.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BELK, R. W. Possessions and the extended self. **Journal of Consumer Research**, v. 15, n. 2, 139-168, 1988.

BELK, R. Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0. **Anthropologist**, v. 18, n. 1, p. 7-23, 2014.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CHAGAS, G. M. O.; AGUIAR, E. C. 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**, v. 14, p. 158-176, 2020.

CHENG, M. Sharing economy: A review and agenda for future research. **International Journal of Hospitality Management**, v. 57, p. 60-70, 2016.

COSTA-NASCIMENTO, D. V. da; TEODÓSIO, A. dos S. de S.; PINTO, M. de R. Dilemas da Economia da Partilha na Era do Acesso. **Organizações & Sociedade**, v. 28, n. 99, 2021.

CRUZ, F. M. S.; FREITAS, A. A. F. 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**, v. 15, n. 3, p. 1-17, 2021.

DAL BÓ, G. J.; PETRINI, M. Empowering and resisting in a sharing economy: Two sides of the same coin. **BAR**, v. 16, n. 3, p. 1-27, 2019.

DREDGE, D.; GYIMÓTHY, S. The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. **Tourism recreation research**, v. 40, n. 3, p. 286-302, 2015.

FELSON, M.; SPAETH, J. L. Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. **The American Behavioral Scientist**, v. 21, n. 4, 1978.

FERREIRA, W. S. de S.; VALE, G. M. V.; BERNARDES, P. Inovação, Rupturas e Ciclos Econômicos em Plataformas Tecnológicas: Proposta de um Modelo de Análise. **Organizações & Sociedade**, v. 28, n. 98, 2021.

FRANCO, D. S.; FERRAZ, D. L. S. Uberização do trabalho e acumulação capitalista. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 17, p. 844-856, 2019.

FRENKEN, K.; SCHOR, J. Putting the sharing economy into perspective. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, v. 23, p. 3-10, 2017.

FREITAS, C. K.; PETRINI, M. de. D. Direcionadores e inibidores para o consumo colaborativo no cenário brasileiro. In: ENCONTRO DA ANPAD, 41., 2017. **Anais...** São Paulo/SP: ANPAD, 2017.

GALVÃO, M. C. B.; RICARTE, I. L. M. Revisão sistemática da literatura: conceituação, produção e publicação. **Logeion: Filosofia da informação**, v. 6, n. 1, p. 57-73, 2019.

GERHARD, F.; SILVA, J. T.; CÂMARA, S. F. Tipificando a Economia do Compartilhamento e a Economia do Acesso. **Organizações & Sociedade**, v. 26, p. 795-814, 2019.

GIOVANINI, A. Economia compartilhada e governança pública. **Revista de Administração Pública**, v. 54, n. 5, p. 1207-1238, 2020.

GIOVANINI, A. Sharing Economy and New Transnational Ways of Consumption in the Unicorn Age: Definitions, Dissemination and Conditioners. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 20, p. 1-27, 2021.

GJERSOE, N. L. *et al.* Individualism and the extended-self: Cross-cultural differences in the valuation of authentic objects. **PLoS ONE**, v. 9, n. 3, 2014.

GUIMARÃES, J. G. A.; FRANCO, V. R.; SOUZA, C. C. L. Scientific growth and thematic differences in Sharing Economy's literature over the past 10 years. In: ENANPAD, 41., 2017, São Paulo. **Anais**. São Paulo: ANPAD, 2017.

HAMARI, J.; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. **Journal of the association for information science and technology**, v. 67, n. 9, p. 2047-2059, 2016.

HOSSAIN, M. Sharing economy: A comprehensive literature review. **International Journal of Hospitality Management**, v. 87, p. 102470, 2020.

KENNEDY, J. Conceptual boundaries of sharing. **Information, Communication & Society**, 2015.

LATOUR, B. **Reagregando o social**: Uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba, 2012.

LATOUR, B. **Cogitamus**: Seis cartas sobre as humanidades científicas. São Paulo: Editora 34, 2016.

LAZZARI, A. D. R.; PETRINI, M.; SOUZA, A. C. Economia Compartilhada E Os Contextos Econômicos E Sociais: Mercenarismo Ou Bem Comum? **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 22, n. 4, p. 1-29, 2021.

LIMA, S. H. O.; CARLOS FILHO, F. A. Análise da Produção Científica sobre Sharing Economy. In: ENANPAD, 41., 2017, São Paulo. **Anais**. São Paulo: ANPAD, 2017.

LOBO, Y. S. Economia colaborativa e destinos turísticos urbanos: análise da distribuição espacial da Airbnb em Curitiba. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 14, n. 3, p. 32-49, 2020.

LOPES, I. B.; DE SOUZA, E. C. L. Economia Compartilhada mapeando o fenômeno. In: ENANPAD, 42., 2018, Curitiba. **Anais**. Curitiba: ANPAD, 2018.

MARTINS FILHO, E. R. **Mapeando a economia compartilhada no Brasil**: um estudo configuracional tipológico sobre os modelos de negócios das empresas brasileiras. 2019. 114 f. Dissertação (Mestrado em Sistemas de Gestão) - Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2019.

MATZLER, K.; VEIDER, V.; KATHAN, W. Adapting to the Sharing Economy. **MIT Sloan Management Review**, v. 56, n. 2, 71-77, 2015.

MESQUITA, L. A. F.; POZZEBON, M.; PETRINI, M. Construindo espaços de interação social a partir de relações e práticas de trabalho compartilhado. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 24, n. 2, p. 181-196, 2020.

MOLTENE, L.; ORSATO, R. J. 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**, v. 61, n. 5, p. 1-20, 2021.

MOTA, J. M. B.; LIMA, A. C. Efetividade do crowdsourcing como apoio à segurança pública. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 5, p. 683-703, 2018.

OLIVEIRA NETTO, C.; TELLO-GAMARRA, J. E. Sharing Economy: A Bibliometric Analysis, Research Trends and Research Agenda. **Journal of technology management & innovation**, v. 15, n. 2, p. 41-55, 2020.

OLIVEIRA, V. M.; TEODÓSIO, A. S. S. Consumo Colaborativo: um estudo bibliométrico entre 2010 e 2019. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v. 26, n. 2, p. 300-329, 2020.

PEREIRA, C. H. T.; SILVA, M. E. Entendendo a Integração de Atores Sociotécnicos para Mobilidade Urbana Compartilhada e Sustentável. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 17, n. 6, p. 706-724, 2020.

PETRINI, M.; FREITAS, C. S.; SILVEIRA, L. M. A proposal for a typology of sharing economy. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 18, p. 39-62, 2017.

RECHENE, S. T.; SILVA, M. E.; CAMPOS, S. A. P. Sharing economy and sustainability logic: Analyzing the use of shared bikes. **BAR**, v. 15, n. 3, p. 1-18, 2018.

RESENDE, S. P. **Uma Análise Dos Processos Simbólicos Envolvidos No Consumo De Fãs Do Gênero Musical Funk À Luz Da Cultura Material**. 165 p. 2018. Tese (Doutorado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.

RICHARDSON, L. Performing the sharing economy. **Geoforum**, v. 67, p. 121-129, 2015.

RODAS VERA, L. A.; GOSLING, M. S.; SILVA, J. A. Um estudo comparativo Brasil-Portugal sobre os antecedentes do consumo do CouchSurfing. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, 2021.

SAES, M. S. M.; MELLO, A. M. de; SANDES-GUIMARÃES, L. V. de. Revistas brasileiras em administração: relevância para quem? **Revista de Administração de Empresas**, v. 57, n. 5., 2017.

SCHIAVINI, J. M. **Mecanismos De Governança Em Plataformas De Consumo Colaborativo: Um Estudo Experimental**. 2019. 141 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Porto Alegre, RS, 2019.

SILVA, L. A.; BARBOSA, M. L. A.; FARIAS, M. L. 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**, v. 15, n. 2, p. 1-17, 2021.

SILVA, L. A.; BARBOSA, M. L. A.; FARIAS, M. L. Significados do consumo colaborativo no turismo a partir dos consumidores do Airbnb. **Turismo: Visão e Ação**, v. 22, n. 2, p. 380-400, 2020.

SILVA, M. J. B. *et al.* Entre posse e acesso: compreendendo a extensão do self no consumo colaborativo. **Organizações & Sociedade**, v. 27, N. 93, p. 333-356, 2020.

SILVEIRA, L. M.; PETRINI, M.; DOS SANTOS, A. C. M. Z. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? **REGE**, v. 23, n. 4, p. 298-305, 2016.

SOUZA, R. B.; LEONELLI, G. C. V. Airbnb no Brasil: uma nova agenda de pesquisa para os estudos urbanos. **Revista Brasileira de Gestão Urbana**, v. 13, p. 1-15, 2021.

SUNDARARAJAN, A. **The Sharing Economy**. Cambridge: The MIT Press, 2016.

SPALENZA, A. S.; RIGO, A. S. Sharing Economy And The Trends Of Publications: A Systematic. Literature Review. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 14, n. 4, October - December, p. 789-808, 2021.

TRABUCCHI, D.; MUZELLE, L.; RONTEAU, S. Sharing economy: seeing through the fog. **Internet Research**, 2019.

VACLAVIK, M. C.; PITHAN, L. H. The agency search: The meaning of work for app drivers. **RAM**, v. 19, n. 5, p. 1-27, 2018.

VASKELAINEN, T.; MÜNZEL, K. The effect of institutional logics on business model development in the sharing economy: The case of German carsharing services. **Academy of Management Discoveries**. <https://doi.org/10.5465/amd.2016.0149> (in press).

VENKATESH, V., THONG, J. Y. L.; XU, X. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. **MIS Quarterly**, v. 36, n. 1, 157-178, 2012.

VIEIRA, K. C. *et al.* Abrindo Caixas-Pretas Das Inovações Disruptivas: Controvérsias Envolvendo A Uber Em Belo Horizonte. **RAM**, v. 21, n. 3, p. 1-27, 2020.

VIOLIN, F. Motivadores de uso de serviços de compartilhamento de veículo sob demanda no Brasil. **BBR**, v. 18, n. 6, p. 643-661, 2021.

WEBER, A. T. Product Pricing in a Peer-to-Peer Economy. **Journal of Management Information Systems**, v. 33, 2016.

WHITTEMORE R.; KNAFL K. The integrative review: updated methodology. **J Adv Nurs**, v. 52, n. 5, 2005.

WITTMAYER, J. M. *et al.* Narratives of change: How social innovation initiatives construct societal transformation. **Futures**, 112, 2019.