

ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO: O STATUS DA PESQUISA NO BRASIL

LILIAN CAROLINA VIANA
UNICAMP - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

CHRISTIANO FRANÇA DA CUNHA
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE (FEA/USP)

ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO: O STATUS DA PESQUISA NO BRASIL

INTRODUÇÃO

Sociedades e organizações começam a repensar suas práticas em relação ao consumo, pautado basicamente pela necessidade e desejo do consumidor, pois o avanço das constantes trocas culminou no consumismo exacerbado, colocando temor sob a sociedade, visto a disponibilidade de recursos. Seja por consciência dos resultados futuros possíveis ou novas necessidades, alinhado aos avanços tecnológicos, têm-se uma alteração dos padrões de produção e consumo, antes focados na posse e hoje com maior *status* a experiência e utilização dos produtos (MAURER *et al.*, 2015). Dessa forma, como alternativa, surge a chamada economia compartilhada ou o consumo colaborativo, fenômeno emergente que oferece aos consumidores possibilidades de compartilhamento, troca, negociação ou aluguel (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

Instituições que apresentam hoje padrões de consumo individuais precisam modificar tais formas, de modo que permita uma mudança da economia de posse para a economia compartilhada (LEEuw; GÖSSLING, 2016). Para Botsman e Rogers (2011), a economia compartilhada gira em torno do consumo colaborativo, no qual as pessoas usam redes ponto a ponto online para compartilhar. Assim, são vários exemplos em que é possível compartilhar bicicletas (B-Cycle), carros (Zipcar), caronas com base na localização (Uber), acomodações e casas (Airbnb, *CouchSurfing*), programas de empréstimo on-line para DVDs (Netflix), dentre outras plataformas.

Embora os termos de economia e consumo com base no compartilhamento sejam frequentemente discutidos nos meios de comunicação, a pesquisa acadêmica sobre este tópico ainda é limitada (HABIBI; KIM; LAROCHE, 2013), e as pesquisas ainda são concentradas. Segundo Maurer *et al.* (2015) as discussões sobre as teorias que envolvem esta temática concentram-se em países europeus e norte-americanos, além disso, percebe-se um esforço de autores (por exemplo, CHENG, 2016; DURÁN-SÁNCHEZ *et al.*, 2016; ERTZ; LEBLANC-PROULX, 2018; LIMA; CARLOS FILHO, 2019; SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016) na revisão de publicações sobre a economia compartilhada e o consumo colaborativo a nível internacional.

No Brasil, ainda que seja incipiente, oportunidades surgem de práticas coletivas no contexto do país (MAURER *et al.*, 2015), o que contribui para que pesquisas sejam realizadas. Oliveira e Lima (2018) verificaram por meio de revisão sistemática estudos sobre economia compartilhada na literatura brasileira, mas com foco restrito ao Uber e Airbnb. Já Doin (2019) apesar de apontar alguns caminhos da produção brasileira, focou em um framework mais abrangente sobre economia do compartilhamento. Dessa forma, é necessária uma investigação direcionada às pesquisas realizadas em um país de estrutura e cultura tão diferentes como o Brasil e, que, avança em várias iniciativas (DOIN, 2019). Portanto, o **objetivo do presente artigo é identificar o panorama de publicações brasileiras sobre economia compartilhada e consumo colaborativo.**

Para tanto, a seguir apresenta-se uma perspectiva teórica que discute aspectos amplos para melhor entendimento da economia compartilhada e do consumo colaborativo, em seguida os parâmetros metodológicos utilizados, os resultados extraídos e discussão e, por fim, as considerações finais e referências adotadas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Entendendo a Economia Compartilhada e o Consumo Colaborativo

Os consumidores estão adotando alternativas de consumo mais responsáveis e, isso pode ser em parte, devido ao aumento da conscientização sobre consequências sociais e pessoais negativas sobre o consumo excessivo, bem como pela desaceleração financeira global dos últimos anos, indicando transformações nas preferências dos consumidores (ALBINSSON; PERERA, 2012). Maurer et al. (2015) demonstram que a mudança de mentalidade de posse e preocupação com a coletividade estão relacionadas às novas relações de consumo. Nesse sentido, Bardhi e Eckhardt (2012) mostraram que os valores emergentes de economia e conveniência, e também a liberdade e flexibilidade associado ao acesso, destacam os preceitos de consumo na sociedade contemporânea, não como uma ordem social radical mas como alternativa.

Segundo Belk (2010), na troca de presentes ou de mercadorias são reconhecidas as partes como doadores e receptores ou compradores e vendedores, respectivamente, porém, o compartilhamento em si envolve propriedade conjunta em que não há termos separados para distinguir as partes, sendo essa mutualidade de posse uma característica importante do compartilhamento. À princípio, o sentido de compartilhamento excluiria formas de troca com benefício monetário, no entanto, ao considerar que o acesso a um ativo pode ser compartilhado ao invés do próprio ativo (por exemplo, carona), o acúmulo monetário torna-se irrelevante e soluções com base em aluguel ponto a ponto são incluídas na economia compartilhada (MARTIN, 2016). Dessa forma, o compartilhar além de ser provavelmente o tipo mais antigo de consumo, é distinto e crítico na pesquisa do consumidor, devido às várias questões de justiça social, bem-estar, ambientalismo, materialismo, comoditização, segurança alimentar, ambientes sustentáveis e muito mais (BELK, 2010).

O entendimento sobre o conceito de economia compartilhada é bastante fragmentado, já que existem termos sobrepostos, como consumo colaborativo, economia colaborativa, *gig economy* economia *mesh*, dentre outras variações (MARTIN, 2016). Mas, em geral, essa diversidade de termos se refere a um conjunto de configurações de troca semelhantes, muitas vezes centradas na tecnologia (ERTZ; LEBLANC-PROULX, 2018), assim, para este artigo entende-se que não é necessário uma definição precisa sobre a economia compartilhada e sim os preceitos que se relacionam ao seu significado. Os termos "economia compartilhada" e "consumo colaborativo" estão entre os mais populares para descrever o fenômeno como compartilhamento ponto a ponto de acesso a bens e serviços subutilizados, o que prioriza a utilização e a acessibilidade sobre a propriedade (SCHOR; FITZMAURICE, 2015). Ampliando este entendimento, a economia compartilhada pode incluir atividades ou plataformas que facilitam o compartilhar de materiais, produtos, serviços, espaços, dentre outros, com ou sem fins lucrativos, variando em estruturas de mercado diferentes (B2B, B2C, C2B, C2C e G2C) (PLEWNIA; GUENTHER, 2018).

Felson e Spaeth (1978) já consideravam o consumo colaborativo como atos em que uma ou mais pessoas consomem bens ou serviços em um processo de engajamento em atividades conjuntas, como por exemplo, beber cerveja com amigos, fazer refeições com parentes, dirigir para visitar alguém ou usar uma máquina de lavar roupa para a roupa da família. Já Belk (2014) ressalta que tais atividades sempre existiram, e que o consumo colaborativo é um fenômeno decorrente da internet. De fato, Hamari; Sjöklint; Ukkonen (2016) colocam o consumo colaborativo como uma atividade ponto a ponto para obter, dar ou compartilhar bens e serviços, mediado por serviços online de comunidade, não sendo uma tendência de nicho ou um fenômeno passageiro, é uma tendência socioeconômica de mudança (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

A expectativa é que o consumo colaborativo alivie os problemas sociais, como o hiperconsumo, cause menos prejuízos ao meio ambiente e reduza os custos das trocas (HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2016; SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016). Dessa forma, o consumo colaborativo enquanto modelo socioeconômico baseado no

compartilhamento, evita o desperdício entre grupos de indivíduos (BOTSMAN; ROGERS, 2011). Os benefícios associados as economias compartilhadas são interessantes tanto do ponto de vista pessoal, quanto organizacional e ambiental, particularmente no contexto da crescente urbanização que muitos países experimentam (COHEN; KIETZMANN, 2014). Além disso, as redes sociais e sua difusão enquanto definidoras de um estilo de vida “online” possuem importância no entendimento sobre as formas de consumo colaborativo (MAURER *et al.*, 2015). Assim, seja em plataformas de música ou hospedagem, os sistemas de consumo colaborativo são atrativos não só pelos preços, mas também por conveniência e facilidade dos serviços, agregado ao meio digital seguro (MENDES; CEROY, 2015).

Pesquisas já vêm explorando questões sobre a economia compartilhada e o consumo colaborativo, modelos de negócios como Airbnb, construído em torno da tecnologia e internet, tem apelo distinto em torno dessa economia, para Molz (2013), as possibilidades não são efeitos isolados das tecnologias, e sim refletem os aspectos morais mais amplos do turismo. Outro contexto é o da mobilidade, o uso do compartilhamento de um veículo motorizado, bicicleta ou outro modo que dê acesso a curto prazo aos meios de transporte, desenvolveu-se como precursor da transformação esperada em outras áreas (NOVIKOVA; FOSTER, 2017).

Quanto aos aspectos comportamentais, nem todos os consumidores buscam o consumo colaborativo ou interação por meio de plataformas online, por isso, Hallem; Ben Arfi; Teulon (2020) buscaram algumas características do perfil do consumidor colaborativo, mostrando diferentes preferências a depender do tipo de plataforma. Quanto às motivações, Böcker e Meelen (2017) atribuem as discrepâncias às várias formas de compartilhar diferindo também entre os participantes, os autores ressaltam a importância de não conceber a economia compartilhada como um fenômeno coerente já que a depender do bem compartilhado, a relação econômica, social ou ambiental muda. Com relação à satisfação, Tussyadiah (2016) identificou a influência de fatores como diversão, benefícios monetários e comodidade. Wang *et al.* (2020) indicam que a inovação pessoal, a consciência ambiental e a utilidade percebida estão positivamente associadas à intenção de consumo.

Com o crescente interesse pelas pesquisas empíricas sobre economia compartilhada e consumo colaborativo, logo iniciou-se o interesse por revisões e acompanhamento da literatura, principalmente em âmbito internacional (CHENG, 2016; DURÁN-SÁNCHEZ *et al.*, 2016; ERTZ; LEBLANC-PROULX, 2018; LIMA; CARLOS FILHO, 2019; NETTO; TELLO-GAMARRA, 2020; SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016). Quanto ao Brasil, a pesquisa sobre economia compartilhada e consumo colaborativo é recente, percebe-se iniciativas teóricas (PEREIRA; SILVA, 2017; PETRINI; FREITAS; SILVEIRA, 2017) e mais práticas ao consumo realizado no país (ARRUDA *et al.*, 2016; RECHENE; SILVA; CAMPOS, 2018), porém, percebe-se a necessidade de ampliar a visão mediante as publicações no país sobre economia compartilhada e consumo colaborativo, no sentido de entender as particularidades e a convergência ou não com a literatura internacional.

METODOLOGIA

Com o objetivo proposto, trata-se de um estudo descritivo, utilizando-se do método da bibliometria que consiste em analisar a atividade científica por meio de dados quantitativos calculados por contagens estatísticas de publicações (SILVA; HAYASHI; HAYASHI, 2011). O protocolo para a pesquisa foi o definido por Cronin; Ryan; Coughlan (2008), o qual indica que o processo de revisão da literatura é composto por: selecionar um tópico de revisão; pesquisar na literatura; reunir, ler e analisar; escrever a revisão; e, listar as referências.

Segundo Soares; Picolli; Casagrande (2018) para a pesquisa bibliométrica é necessário uma etapa de análise quantitativa de dados e, para isso, optou-se por seguir os indicadores bibliométricos listados no quadro 1. Para o tratamento das frequências, geração de quadros e gráficos foi utilizado o editor de planilhas Excel e para a criação da nuvem de palavras o criador de arte online *WordArt*.

Quadro 1 – Indicadores Bibliométricos.

Indicador	Descrição
Lei de Lotka	Distribuição de frequência da autoria de artigos de determinado tema/área.
Lei de Bradford	Distribuição de frequência do número de artigos publicados por periódicos de determinado tema/área.
Lei de Zipf	Distribuição de frequência do vocabulário de textos de determinado tema/área.
Número de publicações por autor, revista, instituição ou tema	Volume de publicações de autores, periódicos, instituições ou temas de determinada área.
Número de coautores/colaboradores	Volume de pesquisa realizada de forma colaborativa, seja entre pesquisas individuais ou em grupo, ou nacionais e internacionais.
Número de citações	Impacto dos artigos, dos periódicos e dos pesquisadores em função do número de citações.

Fonte: adaptado de Soares; Picolli; Casagrande (2018).

Optou-se primeiramente em realizar buscas em repositórios, já que estes podem ser entendidos como ecossistemas de disseminação do conhecimento científico, sendo um importante meio para divulgação de periódicos (DINIZ, 2017). Selecionado então o indexador *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL) e um repositório mais seletivo *Scientific Electronic Library Online* (SciELO). Além disso, para complementação da atual pesquisa no país, foi investigado também os repositórios institucionais por meio da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), acredita-se que isso leve a um maior ganho mediante o objetivo traçado, já que é considerável o tempo que as pesquisas são captadas por bases de dados, devido ao processo editorial de avaliação por pares (SOARES; PICOLLI; CASAGRANDE, 2018).

Assim, como critérios de seleção foram utilizadas as palavras-chaves: "economia compartilhada", "economia do compartilhamento", "economia colaborativa" e "consumo colaborativo". Pautando-se pelo foco título, resumo e palavras-chave, a coleta de dados ocorreu em julho de 2020. Não houve delimitação por ano de publicação e nem por estratos, primeiramente, para cumprir o objetivo aqui colocado de ampliar e identificar então o panorama das publicações e, para não limitar as fontes de informação que poderiam não cobrir assuntos, metodologia ou amostras não pertencentes ao *mainstream* (SOARES; PICOLLI; CASAGRANDE, 2018).

RESULTADOS

Os resultados gerais foram discriminados pelos termos buscados neste trabalho em cada um dos buscadores, dessa forma, os achados nas categorias: título, resumo e palavra-chave podem ser vistos no quadro 2, retirados da contagem os artigos repetidos nestes campos. Ainda assim, foi necessário verificar sobreposição dos artigos entre os termos de busca, logo, foram lidos os títulos e resumos de 77 artigos do indexador SPELL, 5 artigos do repositório SciELO e 96 dissertações e teses.

O próximo passo foi verificar se os itens atendiam ao escopo do artigo, sendo necessário que tratassem de economia compartilhada ou consumo colaborativo de fato, dessa forma, foram analisados ao final 46 artigos do SPELL e 66 dissertações e teses. Quanto aos 5 artigos do

SciELO lidos, um foi excluído por não atender ao objetivo do trabalho e os outros quatro foram também resultados no indexador SPELL, sendo incluídos neste último.

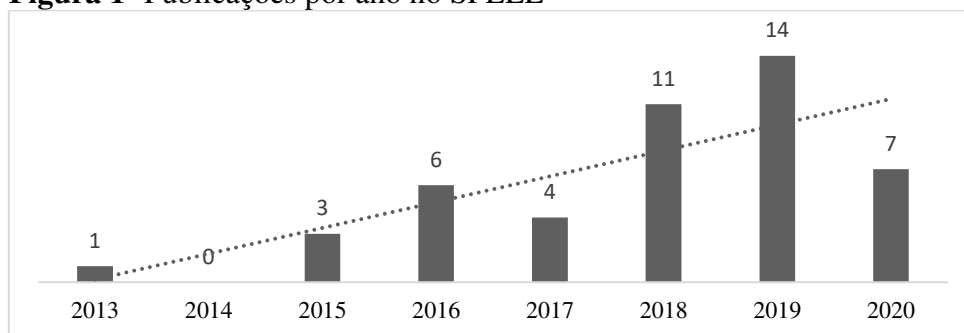
Quadro 2 - Resultado da busca por buscador e palavras-chave.

TERMO DE BUSCA	"economia compartilhada"	"economia do compartilhamento"	"economia colaborativa"	"consumo colaborativo"
Total por categorias_ SPELL	Título = 10 Resumo = 29 Palavra-chave = 18	Título = 1 Resumo = 22 Palavra-chave = 1	Título = 3 Resumo = 11 Palavra-chave = 6	Título = 18 Resumo = 28 Palavra-chave = 21
Resultados SPELL	34 artigos	22 artigos	14 artigos	30 artigos
Total por categorias_ SciELO	Palavra-chave = 2	Palavra-chave = 1	Palavra-chave = 1	Palavra-chave = 1
Resultados SciELO	2 artigos	1 artigo	1 artigo	1 artigo
Total por categorias_ BDTD	Título = 15 Resumo = 42 Palavra-chave = 26	Título = 7 Resumo = 25 Palavra-chave = 8	Título = 8 Resumo = 18 Palavra-chave = 5	Título = 19 Resumo = 38 Palavra-chave = 24
Resultados BDTD	43 trabalhos	25 trabalhos	18 trabalhos	39 trabalhos

Fonte: Elaborado pelos autores.

Na questão temporal identificou-se que as publicações no país começaram depois do ano de 2010, precisamente em 2012 encontrou-se a primeira dissertação de Ornellas (2012) e, em 2013 a primeira publicação (ORNELLAS, 2013) da mesma autora o trabalho defendido no ano anterior. Na figura 1 percebe-se que quanto aos artigos, após uma queda no ano de 2017, há uma tendência de crescimento das publicações encontradas no indexador SPELL.

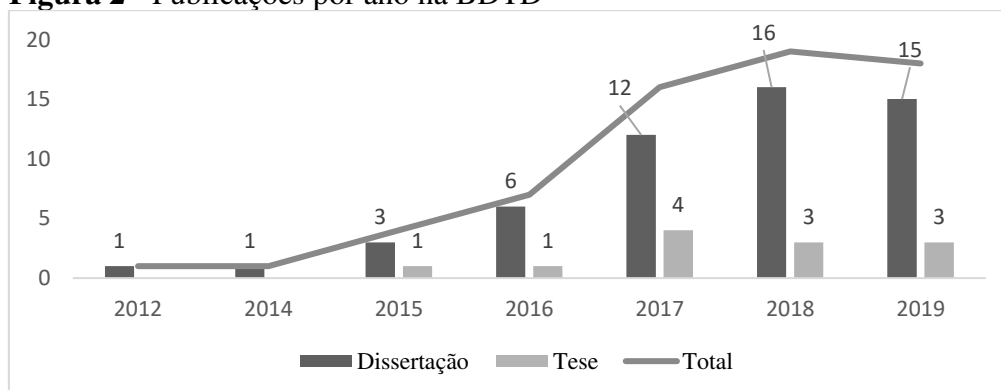
Figura 1 - Publicações por ano no SPELL



Fonte: Dados da pesquisa.

Na perspectiva das defesas de dissertações e teses há a mesma tendência de crescimento, embora em 2019 tenha uma dissertação a menos comparado ao ano anterior (figura 2), ainda assim, destacam-se as defesas de dissertações de mestrado frente às teses.

Figura 2 - Publicações por ano na BDTD



Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto à autoria, a distribuição de frequência conforme o indicador da Lei de Lotka pode ser visualizado no quadro 3, bem como a afiliação dos pesquisadores. Percebe-se Barbosa, M.L.A é a coautora com mais artigos publicados, seguido das também coautoras Petrini, M.C. e Gosling, M.S., os demais expostos no quadro 3 apresentaram dois artigos publicados e, ainda 102 autores e coautores, que representam 90% da amostra, foram identificados com somente uma publicação. Dessa forma, os resultados seguem a tendência de um número restrito de pesquisadores em destaque com maior produção e, por outro lado, uma quantidade maior de quem produz menos, o que caracteriza uma área pouco produtiva. Ainda assim, seguindo o exposto por Machado Júnior *et al.* (2016), os resultados ficam longe do que a Lei de Lotka estabelece, visto as proporções de dois autores com três publicações e oito autores com duas.

Fica evidente que o destaque das publicações das coautoras se dá dessa forma devido às orientações realizadas. Na BDTD, Barbosa, M.L.A aparece como orientadora de 3 dissertações e 1 tese de doutorado; Petrini, M.C. orientou 4 dissertações; e, Gosling, M.S. orientou 1 dissertação e 1 tese. Ainda com duas orientações todas de mestrado, aparecem os autores Baldanza, R.F. (Universidade Federal da Paraíba – UFPB), Moretti, S.L.A. (Universidade Anhembi Morumbi) e Xavier, Y. M.A. (Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN).

Quadro 3 – Quantidade de artigos por autor no SPELL.

Autores	Número de artigos	Afiliação
Barbosa, M. L. A.	4	Universidade Federal de Pernambuco - UFPE
Petrini, M.C.	3	Pontífica Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS
Gosling, M. S.	3	Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG
Bernardes, B.	2	Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Piauí - IFPI
Branco, R. P. C.	2	Universidade Federal Fluminense - UFF
Lucian, R.	2	Centro Universitário Boa Viagem – UniFBV
Paladini, E. P.	2	Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC
Pereira, C. H. T.	2	Universidade de Fortaleza - UNIFOR
Silva, M. E.	2	Universidade de Fortaleza - UNIFOR
Silva, M. J. B.	2	Universidade Federal de Pernambuco - UFPE
Vera, L. A. R.	2	Universidade Federal da Bahia - UFBA

Fonte: Dados da pesquisa.

Para entender a dinâmica do volume de pesquisas e a colaboração entre os pesquisadores, de acordo com o indicador de número de coautores/colaboradores, foi traçado o número de autores por ano de publicação. Como indicado na quadro 4 percebe-se que até 2018 a concentração foi de dois autores, se analisado toda a amostra para os anos indicados, estes artigos representam 48%. No ano de 2019 há uma distribuição e frequência maior de artigos com mais autores. Ainda assim, não é possível afirmar que exista uma tendência de maior colaboração. O que percebe são publicações entre pesquisador e orientador, como nos trabalhos de Mota e Lima (2018), Silva e Barbosa (2016) e Vera e Gosling (2017).

Quadro 4 – Autoria por ano de publicação no SPELL.

	Individual	Dois autores	Três autores	Quatro autores	Cinco ou mais autores
2013	1	0	0	0	0
2015	0	2	0	0	1

2016	0	2	2	2	0
2017	0	2	0	1	1
2018	0	7	3	0	1
2019	2	5	5	2	0
2020	0	4	1	1	1

Fonte: Dados da pesquisa.

A distribuição de frequência do número de artigos publicados por periódicos pela indicação da Lei de Bradford é apresentada no quadro 5 e, observa-se que mais da metade das publicações (24 artigos) concentram-se nas 9 revistas discriminadas, destas as áreas de destaque são gestão, administração e turismo.

Outro fato que chama a atenção é que as revistas apontadas possuem baixa classificação e baixo índice H, com exceção da Organização & Sociedade e Revista de Administração Contemporânea. O qualis-periódicos é uma classificação das revistas realizada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e, assim como índice H é um indicador que ajuda a identificar a qualidade das revistas. Dessa forma, ao que parece, a economia compartilhada e consumo colaborativo não tem buscado espaço em revistas de maior impacto no país. Tal fato não atende as premissas da Lei de Bradford como aponta Machado Júnior et al. (2016) que, os periódicos com maior publicação tendem a caracterizar um núcleo de melhor qualidade, o que resultaria em conjuntos de produção. Isso não foi encontrado nos resultados aqui expostos.

Adicionalmente, outras 22 revistas publicaram o restante da amostra do SPELL, mais uma vez indicando dispersão nas publicações e o quanto a temática ainda é recente em âmbito nacional.

Quadro 5 – Publicações por revista no SPELL.

Revista	Artigos Publicados	Classificação Qualis - CAPES	Índice H
NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia	4	B3	4
Turismo em Análise	4	B1	8
Revista Hospitalidade	3	B3	8
Turismo: Visão e Ação	3	B1	8
<i>Future Studies Research Journal: Trends and Strategies</i>	2	B2	4
<i>Marketing & Tourism Review</i>	2	B5	1
Organizações & Sociedade	2	A2	16
Perspectivas em Gestão & Conhecimento	2	B3	6
Revista de Administração Contemporânea	2	A2	30
Outras	22		

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando as instituições em que foram defendidas as dissertações e teses encontradas na BDTD, nota-se que não há uma concentração, pois foram encontradas 25 diferentes instituições e não existe uma “referência” para o tema. No quadro 6 apresenta-se as instituições que tiveram pelo menos duas defesas, destacando-se a Pontífca Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Pontífca Universidade Católica de São Paulo- PUCSP, Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS e Universidade de São Paulo – USP. Quanto a atuação das instituições identificadas, 40% das instituições são privadas e 60% públicas.

Quadro 6 – Defesas por instituição na BDTD.

Instituição	Atuação	Dissertação	Tese
Pontífca Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS	Privada	6	0
Pontífca Universidade Católica de São Paulo- PUCSP	Privada	3	3
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE	Pública	4	2
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS	Pública	5	1
Universidade de São Paulo - USP	Pública	5	1
Fundação Getúlio Vargas - FGV	Privada	4	0
Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG	Pública	3	1
Universidade Federal da Paraíba - UFPB	Pública	3	0
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN	Pública	3	0
Universidade Anhembi Morumbi	Privada	2	0
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM	Privada	2	0
Pontífca Universidade Católica do Rio de Janeiro- PUCRIO	Privada	1	1
Universidade Federal Fluminense - UFF	Pública	2	0
Universidade de Brasília - UNB	Pública	2	0
Universidade de Fortaleza - UNIFOR	Privada	2	0

Fonte: Dados da pesquisa.

O indicador de número de citações foi relacionado a fim de verificar o impacto dos artigos em função do número de citações, dessa forma, percebe-se que os artigos mais citados foram os publicados no início do período identificado (2013-2016). Embora as publicações sejam recentes destacam-se algumas discriminadas no quadro 7 e que representam 79% das citações, os outros 21% são encontrados nos artigos que tiveram até cinco citações e, ainda é possível encontrar 13 artigos que não foram citados, estes são particularmente mais recentes, de 2018 a 2020.

Quando analisado as dissertações e teses, o número de citações diminui, das 66 obras da amostra, 33% foram citadas pelo menos uma vez, sendo duas dissertações de 2015 (PIZZOL, 2015; VILLANOVA, 2015) as mais citadas 14 vezes.

Quadro 7 – Relação de citações por artigo no SPELL.

Autor	Trabalho	Revista	Nº Citações
Maurer et al. (2015)	<i>Yes, we also can!</i> O desenvolvimento de iniciativas de consumo colaborativo no Brasil	BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS	66
Silveira; Petrini; Santos (2016)	Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando?	Revista de Gestão	59
Ornellas (2013)	Impactos do consumo colaborativo de veículos elétricos na cidade de São Paulo	<i>Future Studies Research Journal: Trends and Strategies</i>	27
Durán-Sánchez et al. (2016)	<i>Economía Colaborativa: Análisis de la Producción Científica en Revistas Académicas</i>	Revista de Gestão e Secretariado	25
Arruda et al. (2016)	Consumo Colaborativo e Valores Pessoais: O Caso da Bicicleta Compartilhada	Revista Brasileira de Marketing	15
Markus e Orsi (2016)	Um Estudo do Consumo Colaborativo no Brasil e nos Estados Unidos da América	Revista Organizações em Contexto	13

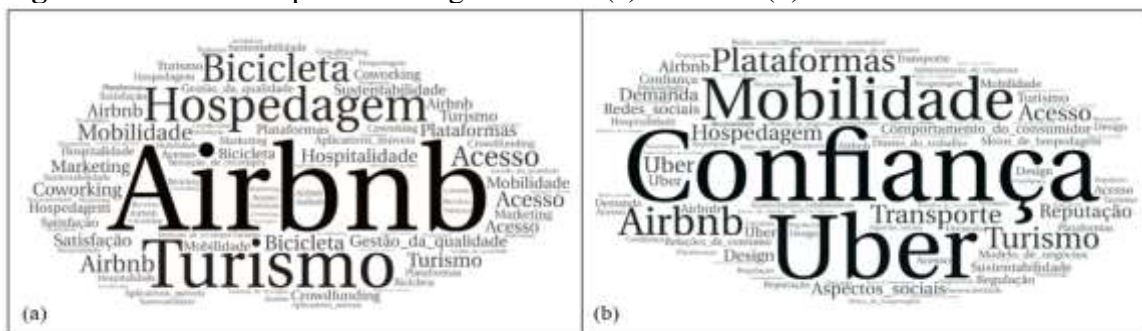
Matos; Barbosa; Matos (2016)	Consumo Colaborativo e Relacional no Contexto do Turismo: A Proposição de um Modelo entre a Sociabilidade e a Hospitalidade em Rede	Revista Hospitalidade	10
Paixão e Souza (2015)	Consumo Colaborativo: Tendência de Construção de Conhecimento e Negócios no Mercado Digital de Produtos Usados	Perspectivas em Gestão & Conhecimento	9
Silva e Barbosa (2016)	Da posse à possibilidade do acesso? Compreendendo os conceitos de consumo colaborativo no marketing	Revista Interdisciplinar de Marketing	7
24 artigos com até cinco citações			62
13 artigos sem citações			0

Fonte: Dados da pesquisa.

Seguindo o direcionamento da Lei de Zip foi elaborado a nuvem de palavras, a fim de investigar o vocabulário que define o escopo das publicações, com base nas palavras-chaves. Dessa forma, foram identificadas todas as usadas pelos autores nos trabalhos, retiradas dessa relação os termos usados nas buscas, já que estes naturalmente apresentariam maior frequência. Dado os resultados da contagem dos termos foi elaborado as nuvens de palavras com no mínimo de duas vezes para melhor visualização. O resultado é exposto na figura 3, tanto para os artigos (a) quanto para as dissertações e teses (b). Desse modo, é possível observar que as palavras com maior frequência são as mais visíveis e, o que nos dá a ideia dos temas centrais abordados nos trabalhos.

Percebe-se que nos artigos do SPELL há uma abordagem voltada para o turismo, com pesquisas sobre hospedagem e destaque para a plataforma Airbnb, ainda há estudos sobre mobilidade focados em bicicletas, em menor proporção. Por sua vez, nas dissertações e teses o destaque maior é sobre a confiança dos consumidores, aqui chama a atenção a plataforma Uber e pesquisas sobre mobilidade, o Airbnb ainda aparece, porém, com menor frequência.

Figura 3 – Nuvem de palavras artigos SPELL (a) e BDTD (b).



Fonte: Dados da pesquisa.

No que tange aos métodos, foi possível identificar por meio da leitura dos resumos dos artigos da amostra que 72% possuem abordagem qualitativa e que, 54% são empíricos e 43% teóricos, apresentando um retrato do quanto o assunto ainda está recente nas pesquisas no país. Além disso, por meio da sistematização da leitura foi possível cumprir a mais um indicador bibliométrico e, encontrar cinco categorias temáticas (ver figura 4): pessoas no consumo colaborativo, revisões da literatura, modelo de negócios, plataformas e avaliação de cenários.

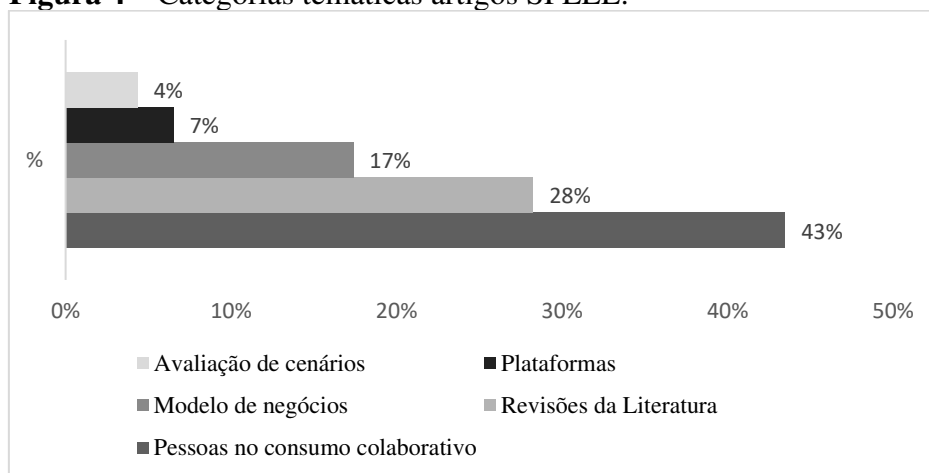
Na categoria de pessoas no consumo colaborativo estão expressiva parte dos artigos, 43%, estes buscam identificar os porquês das pessoas participarem do consumo colaborativo, seja por parte do usuário, ofertante ou gestor, por meio de fatores como motivação, valores, estímulos, satisfação, lealdade, extensão do self, intenção de uso/recompra, atitude e percepções.

As revisões de literatura são 28% da amostra, tais trabalhos focam na teoria, são ensaio teórico, bibliometria ou revisões sistemáticas que investigam a própria temática de economia compartilhada e consumo colaborativo, aplicações no turismo ou a produção internacional.

Na terceira categoria de modelos de negócios, com 17% dos artigos, estão as pesquisas que exploram os diversos modelos de negócios na economia compartilhada, como *coworking* e *crowdsourcing*, e os conhecidos Uber e Airbnb.

As duas últimas categorias são as pesquisas baseadas nas plataformas com 7% dos estudos, estes abordam as plataformas de consumo colaborativo, com o objetivo de identificar, conhecer e analisar melhor. Já a temática de avaliação de cenários, estão em menor proporção, 4%, e analisam as condições futuras do consumo colaborativo, no âmbito de impactos gerais.

Figura 4 – Categorias temáticas artigos SPELL.



Fonte: Dados da pesquisa.

DISCUSSÃO

Ao partir para a análise dos temas economia compartilhada e consumo colaborativo é possível encontrar referências que abordam a literatura internacional e identificar trabalhos importantes que desempenham papéis de base para os estudos posteriores (BARDHI; ECKHARDT, 2012; BELK, 2014; HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2016; MARTIN, 2016). No Brasil, percebe-se por um lado um esforço de estudos empíricos sobre a temática (ARRUDA *et al.*, 2016; MAURER *et al.*, 2015; ORNELLAS, 2013) e por outro, iniciativas que exploram a literatura, porém, estes focam nos conceitos de consumo colaborativo (SILVA; BARBOSA, 2016) e economia do compartilhamento (GERHARD; JÚNIOR; CÂMARA, 2019), pesquisas mais direcionadas para o turismo (MATOS; BARBOSA; MATOS, 2016; VERA; GOSLING, 2017), ou mesmo o levantamento das publicações em âmbito de coleções de periódicos internacionais (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016). Dessa forma, percebe-se que os resultados levantados neste estudo vêm para preencher uma lacuna e somar sobre o entendimento das pesquisas realizadas no país sobre economia compartilhada e consumo colaborativo.

No escopo delimitado para esta pesquisa verificou-se que a primeira defesa no país se deu no ano de 2012, mesmo ano que Silveira; Petrini; Santos (2016) identificaram o início de publicações anuais na área de economia compartilhada ou consumo colaborativo internacionalmente. Como aponta Netto e Tello-Gamarra (2020), o assunto passou a ter mais estudos acadêmicos à partir de 2010 devido a publicação de Botsman e Rogers (2010). Aqui, em 2013 se deu a primeira publicação em periódico (ORNELLAS, 2013), à partir disso, verificou o crescimento das defesas de dissertações e teses, bem como de publicações em revistas, tal fato converge com as publicações internacionais. Segundo Durán-Sánchez et al.

(2016) pode-se observar duas etapas nas publicações da base *Scopus* quanto a economia colaborativa, na primeira entre 1959 e 2012 há uma baixa produção de 0,3 artigos por ano e, uma segunda entre 2013 e 2015 que o índice chega a 22,6 artigos por ano. De fato, o ano de 2015 parece relevante nas pesquisas internacionais (LIMA; CARLOS FILHO, 2019; SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016), já no Brasil o salto na produção acontece um pouco mais tarde, em 2018, como ilustrado nas figuras 1 e 2. À partir de então, no país percebe-se uma semelhança às publicações internacionais, quanto à atração de mais pesquisas, já que ainda não entrou em estágio de maturidade (ERTZ; LEBLANC-PROULX, 2018).

Quanto aos autores, 90% da amostra tiveram somente uma publicação, resultado semelhante a pesquisa de Lima e Carlos Filho (2019), em que 95% dos autores nas buscas no *Scopus* haviam publicado somente um documento. Assim como no estudo citado, nesta pesquisa não se pode dizer que as coautoras com mais publicações “publicam muito”, pois confirmou-se o fato de serem professoras coautoras de seus orientandos. Quando abordado as instituições de filiação, houve um certo equilíbrio entre privadas (40%) e públicas (60%), ainda assim, todas instituições de ensino são de origem estritamente acadêmica e, notou-se uma dispersão, já que foram identificadas 25 instituições, sem nenhuma concentração.

Nos estudos de Durán-Sánchez et al. (2016) e Silveira; Petrini; Santos (2016) as publicações internacionais possuem prevalência de artigos de autoria única com 45,24% e 43%, respectivamente. Já na presente pesquisa destacam-se as publicações com dois autores (48%), o que demonstra as diferenças das pesquisas realizadas no Brasil, já que aqui os trabalhos costumam se originar da parceria entre orientando e orientador. Ainda assim, seguindo os resultados internacionais (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016), aqui não há indícios de formação de grupos de pesquisa que tratam da temática. Ou seja, não há tendência a colaboração nas produções brasileiras, mas há um aumento do interesse nos temas pela comunidade acadêmica como um todo.

Analisando as revistas mais relevantes, encontrou-se nove com 52% das publicações, proporção semelhante a encontrada por Silveira; Petrini; Santos (2016) em âmbito internacional, em que sete periódicos possuíam 39% dos artigos. Das áreas de atuação das revistas destacou-se gestão, administração e turismo, esta última bastante explorada nas publicações internacionais sobre economia colaborativa, devido à referência do Airbnb, sites de troca de casas e outros que chamam a atenção de turistas e também estudiosos (ERTZ; LEBLANC-PROULX, 2018). Nota-se que a produção nacional também vai nesse sentido, com investigações de hospedagens (FERREIRA *et al.*, 2017b), turismo (TELLES; CARDOSO, 2019) e o próprio Airbnb (TUCCI; COSTA, 2020). Porém, não há uma tendência de publicação em um ou alguns periódicos específicos.

Sobre as citações verificou-se que os artigos nacionais mais citados foram os dos anos iniciais do período (2013-2016), indo ao encontro dos resultados de Netto e Tello-Gamarra (2020), em que os artigos pioneiros, antes de 2014, foram os mais citados. Os achados aqui tiveram a proporção de nove artigos representando 79% das citações, com o mais citado 66 vezes, o segundo 59 vezes e o terceiro 27 vezes, o que se distancia dos achados internacionais. Durán-Sánchez et al. (2016) por exemplo, deram destaque para três artigos, com 374, 84 e 54 citações. No Brasil, quando analisado as dissertações e teses, o número de citações cai ainda mais, as dissertações do topo da lista foram citadas 14 vezes. Dessa forma, mesmo que no quadro 7 se relacione os trabalhos mais citados, as publicações nacionais se encontram no início, com pesquisas dispersas, sem referência nacional de destaque.

Na análise do vocabulário das palavras-chaves, optou-se por retirar da relação os termos alvos das buscas dos artigos, pois já era esperado que os termos e suas variações aparecessem com maior frequência, dessa forma, evitou-se a redundância já encontrada em estudos internacionais (DURÁN-SÁNCHEZ *et al.*, 2016; ERTZ; LEBLANC-PROULX, 2018). A partir dos resultados, verificou-se que as publicações nacionais seguem as tendências

internacionais, já que exploram o turismo, hospedagens, mobilidade e as plataformas como Uber e Airbnb. Netto e Tello-Gamarra (2020) explicam que isso se dá devido as duas empresas serem os maiores expoentes do fenômeno da economia do compartilhamento, influenciando os primeiros estudos de caso.

Outro ponto que se assemelha aos internacionais é quanto a abordagem, na amostra 72% são estudos são qualitativos, próximo aos 70% dos estudos da *Scopus* (LIMA; CARLOS FILHO, 2019) e dos 86% que abrange além dos *Scopus*, publicações do *Web of Science*, *Springer Link*, *Wiley Online Library*, *Sciverse ScienceDirect* e *Sage* (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016). Para os autores anteriormente citados, tal resultado é coerente com pesquisas de um campo novo, uma vez a menor parte das pesquisas são puramente quantitativas.

Por fim, as categorias temáticas das publicações nacionais vão ao encontro do que as análises das produções internacionais identificaram. Aqui os resultados se deram em cinco categorias nomeadas como (1) pessoas no consumo colaborativo, (2) revisões da literatura, (3) modelo de negócios, (4) plataformas e (5) avaliação de cenários. Próximo a isso, Silveira; Petrini; Santos (2016) identificaram problemáticas de ontologia, artigos que definem e conceituam economia compartilhada e consumo colaborativo; tecnologia, artigos que discutem sobre as tecnologias como meio da área; estudos que apontam as motivações e adoções de novos modelos; e, estudo sobre a gestão de negócios colaborativos. Cheng (2016) revelou também áreas foco na economia compartilhada como os modelos de negócios e seus impactos e a natureza economia compartilhada como uma prática alternativa de consumo, compreendendo diversos conceitos.

O que se distancia dos achados aqui são as categorias de artigos que abordam a sustentabilidade e economia compartilhada, como revelado por Cheng (2016). Para Ertz e Leblanc-Proulx (2018), os estudos que possuem tal abordagem se valem de teorias fundamentais fortes e diversificadas de modo a ter mais crítica à economia colaborativa e seu potencial para alcançar a sustentabilidade. Dessa forma, a publicação de artigos científicos no Brasil no âmbito da amostra selecionada, relacionados à economia colaborativa e consumo colaborativo tem crescido acompanhando o efeito em âmbito internacional. É possível encontrar diferenças e semelhanças nas análises entre o que é publicado no país e nas plataformas de maior alcance internacionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante o objetivo de identificar o panorama de publicações brasileiras sobre a temática de economia compartilhada e consumo colaborativo, utilizou-se de indicadores bibliométricos por possibilitarem melhor análise do impacto dos resultados. Foi identificado que a produção nacional possui menos de 10 anos, mas por se tratar de um tema emergente, tanto as defesas de dissertações e teses quando as publicações em revistas no país vêm crescendo. Seguindo o comportamento dos estudos internacionais identificou-se alguns artigos de levantamento da literatura realizados no país, porém, um estudo que verificasse o estado das publicações nacionais ainda era inexistente. Com foco nesta lacuna, a presente pesquisa atingiu o objetivo proposto e expos um panorama das publicações nacionais, contribuindo para o entendimento de como internamente as pesquisas sobre economia compartilhada e consumo colaborativo caminham.

Os resultados indicam o caráter acadêmico das pesquisas no país, estas são dispersas e, mesmo que recentes, possuem uma tendência de crescimento. Conclui-se também que as publicações nacionais possuem algumas diferenças quanto as internacionais, como a predominância de dois autores, reforçando a ideia de orientando e orientador e, as poucas citações, explicado pelo fator limitador do idioma. Mas o que prevalece são as semelhanças entre as publicações aqui analisadas e os achados de publicações internacionais, a começar pela

tendência de aumento do número de publicações; a prevalência de autores que possuem somente uma publicação; a inexistência de grupos de pesquisa que trabalhem com a temática; a não concentração de publicações em um ou alguns periódicos específicos; o fato da maioria dos estudos serem de abordagem qualitativa; os artigos nacionais mais citados foram os primeiros a serem publicados; as áreas de gestão e turismo como destaque com pesquisas sobre hospedagens, mobilidade e as plataformas como Uber e Airbnb. Adicionalmente, as categorias temáticas encontradas possuem respaldo nas tendências internacionais: (1) pessoas no consumo colaborativo, (2) revisões da literatura, (3) modelo de negócios, (4) plataformas e (5) avaliação de cenários.

Como contribuições pretende-se despertar o interesse do campo prático para a área de economia compartilhada e consumo colaborativo mediante sua evolução e incorporação na vida das pessoas e impacto no mercado, principalmente no campo identificado aqui do turismo e hospitalidade. No campo teórico, oferece subsídios da relação sobre as publicações em termos de índices, fundamentos metodológicos e abordagens temáticas, como apoio à direção de estudos futuros. Com ambição, os achados podem servir como *insights* para a literatura nacional, consumidores, autoridades reguladoras e modelos de negócios existentes e novos.

As limitações se dão no âmbito das escolhas pelos termos de busca, filtros utilizados, bem como as bases de dados selecionadas, podendo ser um viés ao estudo. Fica, portanto, sugestões para estudos futuros que explorem outras bases de dados e eventos científicos, já que estes possuem um tempo de publicação mais rápido que os investigados aqui, além de mapear melhor os principais temas, utilizando-se inclusive de softwares como *Vosviewer* ou *NVivo*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBINSSON, P. I. A. A.; PERERA, B. Y. Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 315, n. 11, p. 303–315, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/cb>
- ARRUDA, H. R. de *et al.* Consumo Colaborativo E Valores Pessoais: O Caso Da Bicicleta Compartilhada. **Brazilian Journal of Marketing - BJM**, v. 15, n. 5, p. 683–698, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/remark.v15i5.3370>
- BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-Based Consumption: The Case of. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. December, p. 881–898, 2012. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/666376>
- BELK, R. Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 36, n. 5, p. 715–734, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/612649>
- BELK, R. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 8, p. 1595–1600, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- BÖCKER, L.; MEELEN, T. Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, v. 23, p. 28–39, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
- BOTSMAN, R.; ROGERS, R. Beyond Zipcar: Collaborative Consumption. **Harvard Business Review**, v. 88, n. 10, p. 30–30, 2010.
- BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011. *E-book*.
- CHENG, M. Sharing economy: A review and agenda for future research. **International Journal of Hospitality Management**, v. 57, p. 60–70, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.06.003>
- COHEN, B.; KIETZMANN, J. Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. **Organization and Environment**, v. 27, n. 3, p. 279–296, 2014. Disponível em:

<https://doi.org/10.1177/1086026614546199>

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

CRONIN, P.; RYAN, F.; COUGHLAN, M. Undertaking a literature review : a step-by-step approach. **British Journal of Nursing**, v. 17, n. 1, p. 38–43, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.12968/bjon.2008.17.1.28059>

DINIZ, E. H. Periódicos brasileiros da área de Administração no contexto de internacionalização da produção científica. **RAE**, v. 57, n. 4, p. 357–364, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-759020170406>

DOIN, T. A. F. **Desvendando a metamorfose da economia do compartilhamento: Uma revisão sistemática de literatura para a proposição de um framework integrativo**. 2019. Universidade Federal da Bahia – UFBA, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31315.53285>

DURÁN-SÁNCHEZ, A. *et al.* Economía Colaborativa: Análisis De La Producción Científica En Revistas Académicas. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 7, n. 3, p. 1–20, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.7769/gesec.7i3.617>

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

FELSON, M.; SPAETH, J. L. Community Structure and Collaborative Consumption A Routine Activity Approach. **American Behavioral Scientist**, v. 21, n. 4, p. 614–624, 1978.

FERREIRA, K. M. *et al.* Percepção de gestores de hospedagens sobre plataformas de aluguel on-line por temporada. **Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica**, v. 19, n. 3, p. 658–683, 2017 b. Disponível em: <https://doi.org/10.14210/rtva.v19n3.p658-683>

GERHARD, F.; JÚNIOR, J. T. S.; CÂMARA, S. F. Tipificando a economia do compartilhamento e a economia o acesso. **Revista Organizações & Sociedade**, v. 26, n. 91, p. 795–814, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1984-9260919>

HABIBI, M.; KIM, A.; LAROCHE, M. Are we sharing in the sharing economy? A cross context investigation. **Journal of Chemical Information and Modeling**, v. 53, n. 9, p. 1689–1699, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

HALLEM, Y.; BEN ARFI, W.; TEULON, F. Exploring consumer attitudes to online collaborative consumption: A typology of collaborative consumer profiles. **Canadian Journal of Administrative Sciences**, v.37, n.1, p.82–94,2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/cjas.1554>

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. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/asi.23552>

LEEuw, T. De; GÖSSLING, T. Theorizing change revisited : An amended process model of institutional innovations and changes in institutional fields. **Journal of Cleaner Production**, v. 135, p. 435–448, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.119>

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

MACHADO JUNIOR, C. *et al.* As Leis da Bibliometria em Diferentes Bases de Dados Científicos. **Revista de Ciências da Administração**, v. 1, n. 1, p. 111, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2016v18n44p111>

MARKUS, K.; ORSI, D. F. O. Um Estudo do Consumo Colaborativo no Brasil e nos Estados Unidos da América. **Revista Organizações em Contexto**, v. 12, n. 24, p. 117–129, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v12n24p117-129>

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

MATOS, B. G.; BARBOSA, M. de L. de A.; MATOS, M. B. de A. Consumo colaborativo e relacional no contexto do turismo: a proposição de um modelo entre a sociabilidade e a hospitalidade em rede. **Revista Hospitalidade**, v. 13, n. 1, p. 218–241, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.21714/1807-975x.2016v13n1p218241>

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

MENDES, F. S.; CEROY, F. M. **Economia Compartilhada e a Política Nacional de Mobilidade Urbana: Uma proposta de marco legal Brasília: Núcleo de Estudos e Pesquisas/ CONLEG/Senado**. 2015. Disponível em: www.senado.leg.br/estudos.

MOLZ, J. G. Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: The case of couchsurfing.org. **Annals of Tourism Research**, v. 43, p. 210–230, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.001>

MOTA, J. M. B.; LIMA, A. C. Efetividade do Crowdsourcing como Apoio à Segurança Pública. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v. 22, n. 5, p. 683–703, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018180007>

NETTO, C. D. O.; 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. Disponível em: <https://www.jotmi.org/index.php/GT/article/view/3418>

NOVIKOVA, O.; FOSTER, N. The Sharing Economy and the Future of Personal Mobility : New Models Based on Car Sharing. **Technology Innovation Management Review**, v. 7, n. 8, p. 27–31, 2017.

OLIVEIRA, L. N. de S.; LIMA, A. R. S. Artigo Economia compartilhada aliado ao setor de serviços : uma revisão sistemática de trabalho brasileiros. **Id on Line Revista Multidisciplinar e de Psicologia**, v. 12, n. 42, p. 365–377, 2018.

ORNELLAS, R. D. S. Impactos Do Consumo Colaborativo De Veículos Elétricos Na Cidade De São Paulo. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 5, n. 1, p. 33–62, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.24023/futurejournal/2175-5825/2013.v5i1.93>

ORNELLAS, R. da S. **O consumo colaborativo de transporte individual Car Sharing e o processo decisório do consumidor na cidade de São Paulo**. 2012. - Universidade de São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-17042013-184453/>

PAIXÃO, C. R.; SOUZA, chard P. L. de. Relatos De Pesquisa Consumo Colaborativo : Tendência De Construção De Conhecimento E Negócios No. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa**, p. 170–185, 2015.

PEREIRA, C. H. T.; SILVA, M. E. Contribuições do Marketing na Integração Economia Compartilhada e Estratégia. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 9, n. 3, p. 127–149, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2017.v9i3.304>

PETRINI, M.; FREITAS, C. S. DE; SILVEIRA, L. M. DA. A Proposal for a Typology of Sharing Economy. **RAM - Revista de Administração Mackenzie**, v. 18, n. 5, p. 39–62, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-69712017/administracao.v18n5p39-62>

PISCICELLI, L.; COOPER, T.; FISHER, T. The role of values in collaborative consumption : insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK. **Journal of Cleaner Production**, v. 97, p. 21–29, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.07.032>

PIZZOL, H. O. D. **Proposição de uma escala para mensuração do consumo colaborativo: compreendendo o compartilhamento de bens e a sua relação com valores pessoais**. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

PLEWNIA, F.; GUENTHER, E. Mapping the sharing economy for sustainability research. **Management Decision**, v. 56, n. 3, p. 570–583, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/MD-11-2016-0766>

RECHENE, S. T.; SILVA, M. E.; CAMPOS, S. A. P. Sharing Economy and Sustainability Logic : Analyzing the Use of Shared Bikes. **BAR - Brazilian Administration Review**, v. 15, n. 3, p. 1–18, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2018180026>

SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. J. Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy. *In: Handbook of research on sustainable consumption*. Cheltenham: [s. n.], 2015. p. 410–425. *E-book*. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.4337/9781783471270.00039>

SILVA, M. R. da; HAYASHI, C. R. M.; HAYASHI, M. C. P. I. Análise bibliométrica e cientométrica: desafios para especialistas que atuam no campo. **InCid: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, v. 2, n. 1, p. 110–129, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2178-2075.v2i1p110-129>

SILVA, M. J. de B.; BARBOSA, M. de L. de A. Da Posse À Possibilidade Do Acesso?Compreendendo Os Conceitos De Consumo. **Revista Interdisciplinar de Marketing - RIMAR**, v. 6, n. 2, p. 42–53, 2016.

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

SOARES, S. V.; PICOLLI, I. R. A.; CASAGRANDE, J. L. Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Bibliométrica, Artigo de Revisão e Ensaio Teórico em Administração e Contabilidade. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 19, n. 2, p. 308–339, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.13058/raep.2018.v19n2.970>

TELLES, G. C. de Q.; CARDOSO, J. de F. Turismo colaborativo em hostels. **Revista H**, v. 16, n. 02, p. 69–92, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2019.v16n2.004>

TUCCI, V. R. do V.; COSTA, H. A. A Nova Economia No Setor De Hospedagem : influências do Airbnb sobre o mercado de hotelaria de Brasília. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 14, n. 1, p. 60–80, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.17648/raoit.v14n1.5667>

TUSSYADIAH, I. P. Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. **International Journal of Hospitality Management**, v. 55, p. 70–80, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>

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

VERA, L. A. R.; GOSLING, M. de S. Economia Compartilhada No Turismo: Uma Discussão Teórica Sobre O Consumo Colaborativo E O Compartilhamento. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 10, n. 1, p. 226–251, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.19177/reen.v10e12017226-251>

VILLANOVA, A. L. I. **Modelos de negócio na economia comartilhada: uma investigação multi-caso**. 2015. 126p. Dissertação (Mestrado Profissional Executivo em Gestão Empresarial), Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2015.

WANG, Y. *et al.* An empirical study of consumers’ intention to use ride - sharing services : using an extended technology acceptance model. **Transportation**, v. 47, n. 1, p. 397–415, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11116-018-9893-4>