

## **A METAMORFOSE DA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: DO ATIVISMO SOCIAL À ECONOMIA DE PLATAFORMA**

### **Autoria**

**TATIANA APARECIDA FERREIRA DOIN** - tatianadoin@hotmail.com

Núcleo de Pós-Grad em Admin – NPGA / UFBA - Universidade Federal da Bahia

**Ariadne Scalfoni Rigo** - ariadnescalfoni@gmail.com

Núcleo de Pós-Grad em Admin – NPGA / UFBA - Universidade Federal da Bahia

### **Agradecimentos**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

### **Resumo**

Este estudo categoriza as múltiplas faces da economia do compartilhamento, buscando-se compreender o fenômeno como uma metamorfose. Para tanto, foi empreendida uma revisão sistemática de literatura seguindo os critérios do protocolo PRISMA (MOHER et al., 2009). Dos 2798 trabalhos identificados, 138 foram selecionados para o exame do texto completo. Foram mapeadas 274 iniciativas citadas nos trabalhos e uma pesquisa documental pela internet foi empreendida possibilitando a identificação de mais 470 fontes de dados. Partindo do pressuposto de que o fenômeno está imbuído num contexto socioeconômico dinâmico, assume-se que a economia do compartilhamento possui múltiplas faces e parece sofrer uma metamorfose. Essa metamorfose, por sua vez, é apresentada na forma de um espectro composto quatro categorias: a) o ativismo social, focado no resgate de trocas sociais, sustentabilidade e colaboração; b) o hibridismo, uma zona cinzenta que contempla, ao mesmo tempo, trocas sociais e colaboração e otimização de capacidade ociosa visando mercados; c) a repaginação do mercado, que se relaciona com a destruição criativa ou readequação de empresas tradicionais visando a inserção na economia do compartilhamento; e d) a financeirização das plataformas digitais, que diz respeito às disrupções para favorecer trocas mercadológicas em grande escala suportadas por financiamento de alto risco.

## A METAMORFOSE DA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: DO ATIVISMO SOCIAL À ECONOMIA DE PLATAFORMA

### Resumo

Este estudo categoriza as múltiplas faces da economia do compartilhamento, buscando-se compreender o fenômeno como uma metamorfose. Para tanto, foi empreendida uma revisão sistemática de literatura seguindo os critérios do protocolo PRISMA (MOHER *et al.*, 2009). Dos 2798 trabalhos identificados, 138 foram selecionados para o exame do texto completo. Foram mapeadas 274 iniciativas citadas nos trabalhos e uma pesquisa documental pela internet foi empreendida possibilitando a identificação de mais 470 fontes de dados. Partindo do pressuposto de que o fenômeno está imbuído num contexto socioeconômico dinâmico, assume-se que a economia do compartilhamento possui múltiplas faces e parece sofrer uma metamorfose. Essa metamorfose, por sua vez, é apresentada na forma de um espectro composto quatro categorias: a) o ativismo social, focado no resgate de trocas sociais, sustentabilidade e colaboração; b) o hibridismo, uma zona cinzenta que contempla, ao mesmo tempo, trocas sociais e colaboração e otimização de capacidade ociosa visando mercados; c) a repaginação do mercado, que se relaciona com a destruição criativa ou readequação de empresas tradicionais visando a inserção na economia do compartilhamento; e d) a financeirização das plataformas digitais, que diz respeito às disrupções para favorecer trocas mercadológicas em grande escala suportadas por financiamento de alto risco.

Palavras-chave: economia do compartilhamento, economia de plataforma, plataformas digitais, capitalismo de plataforma.

### 1. Introdução

A vida em sociedade experimenta constantes processos de transição social, ecológica, tecnológica e política acarretando consequências econômicas. Observa-se, na contemporaneidade, o emergir das crescentes questões sociais, econômicas e ambientais que problematizam o relacionamento da sociedade com os recursos naturais (BARNES; MATTSSON, 2016) e ganharam notoriedade ainda nos anos 1970 quando se passou a discutir, com maior intensidade, os limites para o crescimento econômico. Nesse novo contexto social mundial, sobretudo após a crise financeira global de 2008 (HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2015; HARTL; HOFMANN; KIRCHLER, 2016), o neoliberalismo enquanto paradigma econômico contemporâneo tem sido posto em xeque. Iniciativas de décadas anteriores relacionadas à redução do consumo passaram a ganhar cada vez mais vozes ao redor do mundo face aos impactos no ecossistema (BARNES; MATTSSON, 2016), reverberando em novos estilos de vida, valores e iniciativas socioeconômicas e ambientais (CHERRY; PIDGEON, 2018; PERA; VIGLIA; FURLAN, 2016; SCHOLZ, 2017).

Desde então, houve uma notável expansão das chamadas novas economias<sup>1</sup> – que estão imbricadas, em certa medida, a essas transformações socioeconômicas e ambientais. Segundo Rifkin (2014), ainda que o capitalismo seja o modelo econômico dominante, ele está cedendo espaço e tomando outras formas, ao tentar reagir aos novos modelos econômicos

---

1 “As novas economias fazem parte de uma mobilização mundial que engloba a criatividade, a cultura, a economia e a tecnologia em um mundo contemporâneo dominado por imagens, sons, textos e símbolos” (KEA, 2006, p. 218).

propostos. Essas outras formas de capitalismo estão sendo denominadas, na literatura, de capitalismo pós-propriedade (RIFKIN, 2014), capitalismo de plataforma (SRNICEK, 2017), pós-capitalismo (BARNES; MATTSSON, 2016), capitalismo cognitivo (KOSTAKIS; BAUWENS, 2014), etc. Do mesmo modo, as novas economias estão sendo intituladas de economia criativa (MARKUSEN *et al.*, 2008), economia circular (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2012), economia do compartilhamento (LESSIG, 2008), economia colaborativa (KOSTAKIS; BAUWENS, 2014), economia entre pares – *peer to peer* (WEBER, 2016), capitalismo de multidão (SUNDARARAJAN, 2016), economia de pós-propriedade (BELK, 2014), dentre outras.

Nesse prenúncio de novas economias, enfocamos na economia do compartilhamento, pela relevância socioeconômica na contemporaneidade (MARTIN, 2016). Em tese, uns dos propósitos sociais e ambientais desse fenômeno são mitigar o hiperconsumo e construir e ampliar as conexões entre indivíduos e comunidades, estando em consonância com os anseios de promoção de uma maior harmonia entre desenvolvimento econômico, social e ambiental. Não obstante, alguns autores evidenciam o potencial econômico da economia do compartilhamento pelas estimativas da *PricewaterhouseCoopers* de crescimento de receitas globais, no período entre 2015 e 2025, de US\$ 15 bilhões para US\$ 335 bilhões (ERTZ; DURIF; ARCAND, 2016; MUÑOZ; COHEN, 2018).

A economia do compartilhamento pode ser definida como um modelo socioeconômico composto de atividades de colaboração, compartilhamento, reuso e troca, que visam promover o acesso temporário ou permanente a bens e serviços, a partir da interação direta ou intermediada entre indivíduos, organizações e governo, de modo *off-line* ou *on-line*, baseada em transações com ou sem compensação financeira, podendo haver, ou não, orientação ao lucro (DOIN, 2019). O termo economia do compartilhamento, por vezes, é utilizado como sinônimo da economia de plataforma (LEHDONVIRTA *et al.*, 2019). Todavia, parte das iniciativas da economia do compartilhamento apenas integram o fenômeno mais amplo da economia de plataforma, definida pela Comissão Européia (2016) como “incluindo todos os modelos de negócios e atividades de ganho de capital facilitadas por sites colaborativos, aplicativos móveis e sites de redes sociais que criam um mercado aberto para bens ou serviços produzidos e/ou fornecidos por indivíduos” (HOANG; BLANK; QUAN-HAASE, 2020, p. 3). Logo, nem todas as iniciativas da economia do compartilhamento se situam na economia de plataforma, exceto as mais proeminentes como Airbnb, TaskRabbit, Uber, Lyft, Postmates, Favor, Turo, etc., por possuírem plataformas digitais orientadas ao lucro (SCHOR, J. B. *et al.*, 2020).

Inicialmente a economia do compartilhamento foi considerada um movimento “de natureza democrática, horizontal em sua estrutura e hierarquia, que girava em torno de capacitar pessoas comuns” (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017, p. 68). Um fenômeno que surgiu da discussão dos bens comuns formada por redes de ativistas comunitários e organizações sem fins lucrativos (MARTIN; UPHAM; BUDD, 2015), assentado em valores como transparência, confiança, capital social, justiça, sustentabilidade, equidade, participação social etc., para se diferenciar da economia de mercado (COHEN; KIETZMANN, 2014; SCHOR, J., 2016). Mas, muito rapidamente, a economia do compartilhamento foi ganhando novas narrativas e formas, com alguns valores semelhantes e orientados ao uso da capacidade ociosa, porém permeados de outros interesses, como a compensação das trocas mediadas por dinheiro, a orientação ao lucro, os ganhos de escala, a ocupação de novos nichos de mercado, transformando o movimento seminal voltado à ideia antropológica da partilha em um amálgama de novas iniciativas.

Ou seja, tanto na teoria quanto nas práticas a economia do compartilhamento é, por natureza, polissêmica. Ela decorre de iniciativas que vão desde o ativismo social, projetando novos movimentos sociais e organizações aderentes aos estilos de vida mais harmônicos com

a natureza, com relações sociais mais horizontalizadas e novos modelos econômicos oriundos da sociedade (RIFKIN, 2014); à busca incessante do mercado por uma adaptação e descentralização das organizações frente a essas manifestações, sobretudo, o crescimento da economia do compartilhamento por meio das plataformas digitais (MATZLER; VEIDER; KATHAN, 2015). Essa adaptação é tida como uma remodelagem do neoliberalismo por parte de algumas instituições, governos e organizações, para se adequarem às transformações e preservarem o imperativo capitalista (MARTIN, 2016; MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; SLEE, 2017).

Sob outra perspectiva, grande parte das iniciativas da economia do compartilhamento é considerada um processo de inovação disruptiva ou de destruição criativa. Ou seja, de acordo com Schumpeter (1939), esse processo trata-se de uma inovação revolucionária que promove a destruição ou a substituição de algo a partir de novos modelos de negócios ou a adaptação de segmentos tradicionais da indústria a essas inovações por meio da destruição criativa (BOONS; BOCKEN, 2018; GANAPATI; REDDICK, 2018).

Para Martin (2015), o início da economia do compartilhamento foi marcado pela expectativa de um capitalismo melhorado. Entretanto, à medida que a economia do compartilhamento evolui ao longo dos anos, percebe-se tanto a desagregação quanto a coexistência de iniciativas que transitam entre o modelo de mercado e os bens comuns – ora simétricos, ora concorrentes. Assim, a diáspora dos movimentos da economia do compartilhamento tornou-a um fenômeno complexo (MARTIN, 2015) e, por vezes, paradoxal (ACQUIER; DAUDIGEOS; PINKSE, 2017; SCHOR, J. *et al.*, 2016). Ela é capaz de vislumbrar as visões de quaisquer expectadores, dificultando seu entendimento, gerando sentimento de filia ou fobia, a depender do grau de deslumbramento ou aversão às iniciativas. Compreender esse fenômeno requer conhecer suas faces e seus meandros.

Nesse momento, é importante conceber que a complexidade da economia do compartilhamento se deve, também, ao crescimento vultoso de iniciativas que têm tomado rotas diferentes ao longo dos anos, tornando-se divergentes em relação à orientação ao mercado ou aos bens comuns ou, até mesmo, adotando o caminho do hibridismo proposto por Lessig (2008). Para Murillo, Buckland e Val (2017, p. 46), “houve uma colisão entre [...] a promessa de progresso social da EC [economia do compartilhamento] e práticas capitalistas de plataforma operando sob a bandeira da EC”. Assume-se, então, a existência de variadas formas de compartilhamento, sob plataformas digitais ou não, que transitam entre os bens comuns e o mercado.

Quanto à transição tecnológica, tem-se a oposição entre a “*plataformização*” e a “*cultura hacker*”, cujas escalas e ideologias também são díspares, desdobrando-se em efeitos sociais, econômicos e ambientais adversos. A “*plataformização*” se refere ao alcance da escala tecnológica e geográfica de algumas iniciativas inseridas na economia do compartilhamento em que coexistem iniciativas oriundas do mercado e da sociedade para compartilhar o acesso a serviços e produtos visando à otimização da capacidade ociosa. Já a “*cultura hacker*” é oriunda de uma filosofia ética entre os desenvolvedores – *hackers* (termo positivo, considerado do bem pela comunidade de desenvolvedores) – que cooperam entre si e compartilham informações e conhecimento de forma gratuita e descentralizada (CASTELLS, 2001; HIMANEN, 2001). A *Skillshare.com* é uma iniciativa da *cultura hacker*, uma universidade entre pares criada por *hackers* para democratizar o ensino e evoluir a educação tradicional (SCHOR, J., 2016). Algumas organizações defendem a criação e a manutenção da “*plataformização*” para oferecer bens e serviços, como *Airbnb* e *Uber*. Outras defendem uma filosofia de colaboração de bens comuns via plataforma desenvolvida por uma rede de voluntários, como o *Shareable.net*, que oferece apoio às pessoas na construção de comunidades (LEE, 2015).

Alguns segmentos de mercado, como o das TIC's, bem como uma parcela relevante da sociedade civil parecem se beneficiar dos efeitos da economia do compartilhamento. Por outro lado, o fenômeno também se apresenta como uma ameaça tanto para segmentos de mercado quanto para segmentos sociais: indústrias estabelecidas estão sendo diretamente afetadas (MATZLER; VEIDER; KATHAN, 2015). O fenômeno está sendo perturbador até para algumas organizações estabelecidas do segmento das TIC's (GEISSINGER *et al.*, 2018), enquanto outras parcelas da sociedade estão sofrendo os efeitos da gentrificação, da especulação imobiliária, das ações de despejo e, conseqüentemente, deslocamento social e geográfico (MUÑOZ; COHEN, 2017, 2018). Algumas iniciativas, que levantavam a bandeira da sustentabilidade, estão sendo potencialmente prejudiciais ao meio ambiente e ao aumento do tráfego rodoviário nas cidades, como é o caso do aumento de CO<sup>2</sup> e resíduos sólidos em cidades decorrente do incremento da circulação de carros e bicicletas que utilizam as plataformas digitais, mesmo em parceria com os governos locais (PARGUEL; LUNARDO; BENOIT-MOREAU, 2017; SLEE, 2017).

Ademais, algumas iniciativas da economia do compartilhamento se situam em uma zona cinzenta (CHERRY; PIDGEON, 2018; MARTIN, 2016), colocando-se à margem da regulamentação de operação nas cidades, da tributação, da legislação trabalhista, das taxas de setores e até mesmo exercendo a "habilidade de driblar ou mudar leis" (SLEE, 2017, p. 296). Essas iniciativas também incentivam o mercado informal e a precarização (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017), não oferecem segurança aos provedores de serviços e aos usuários, apresentam falhas nos sistemas de reputação e se omitem das responsabilidades na prestação de serviços transferindo-as para esses provedores (SLEE, 2017).

O fato é que a economia do compartilhamento se circunscreve nesse horizonte difuso, confuso, obscuro e ainda pouco estudado enquanto um fenômeno organizacional. Para tanto, o objetivo do estudo é categorizar o espectro que envolve a teoria e a prática de iniciativas da economia do compartilhamento, de modo a desvelar algumas das suas facetas, em especial, as aproximações com as plataformas digitais e respectivas causas e efeitos.

Com o intuito de refletir a fluidez da estrutura multifacetada da economia do compartilhamento (LAURELL; SANDSTRÖM, 2017), sugere-se que sua transformação se compõe, ao longo do tempo, pela coexistência do fenômeno com o modelo de mercado vigente. De acordo com Weber (2016), novas pesquisas devem englobar diferentes contextos de compartilhamento que envolvam motivações altruístas e comunitárias, serviços privados ou profissionais, independentemente de algum tipo de retorno financeiro.

Para a elaboração desse estudo, além dessa introdução, apresentamos na sequência a metodologia que orientou as descobertas oriundas da análise. Como resultado da pesquisa, a metamorfose é sugerida na forma de um espectro no qual são elucidadas as categorias que o constitui, quais sejam, o ativismo social, o hibridismo, a repaginação do mercado e a financeirização das plataformas digitais. Tecemos, por fim, as considerações finais do estudo sugerindo uma agenda de pesquisa.

## 2. Percorso Metodológico

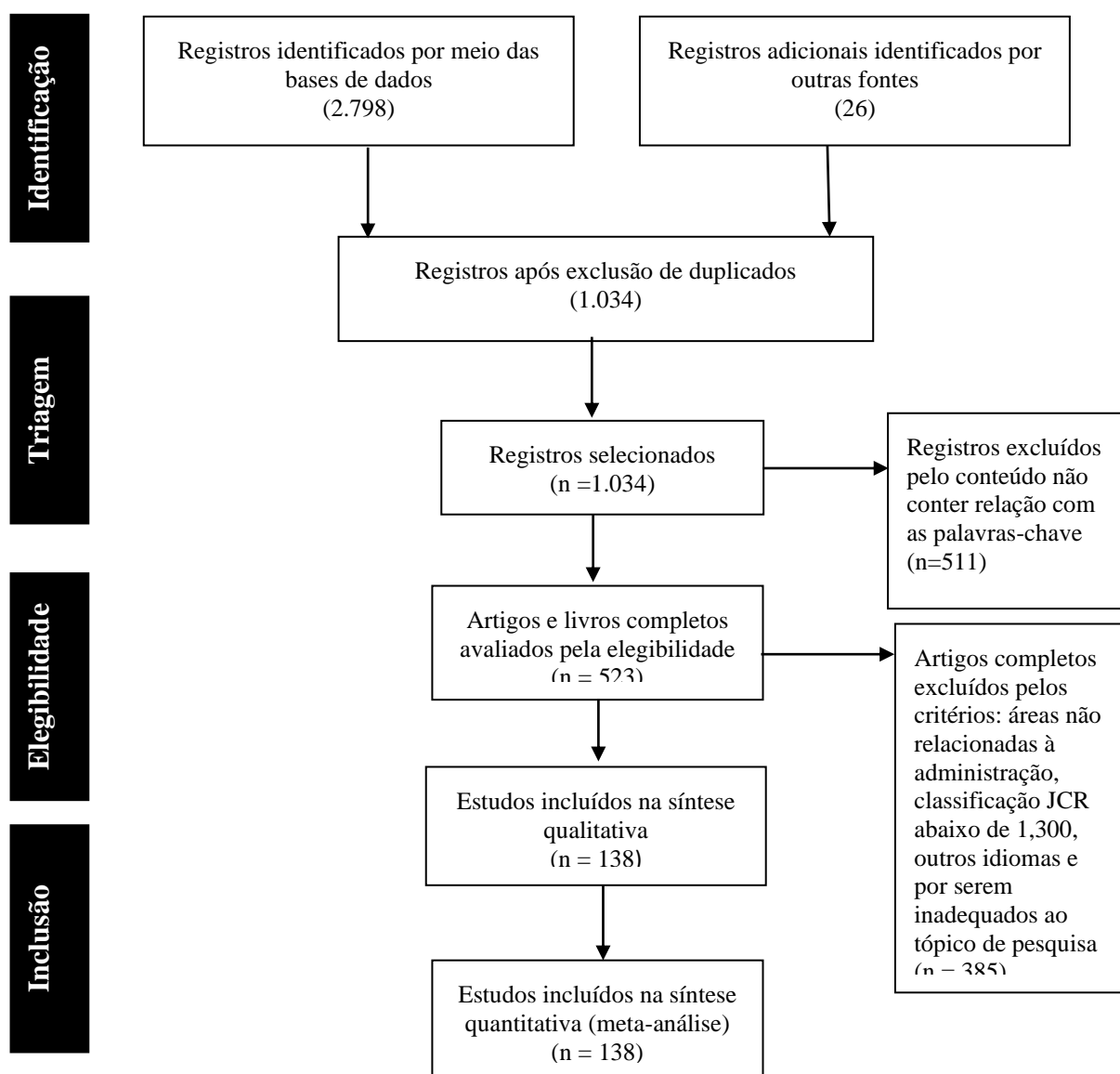
O artigo é parte de uma pesquisa mais ampla, na qual emergiram algumas temáticas e discussões possíveis, dentre elas as que conduzem a proposta deste artigo. Tal pesquisa foi composta por uma revisão sistemática de literatura sobre a economia do compartilhamento. A metodologia foi empreendida em duas fases. Na primeira, foram efetuadas a identificação e a seleção dos trabalhos e iniciativas a partir da busca nas bases de dados *EBSCO Host*, *ISI Web of Science*, *Science Direct*, *Scielo*, *Scopus*, *Spell* e *Springer*, utilizando os termos no título, no

resumo e nas palavras-chave dos trabalhos: “*sharing economy*”, “*collaborative economy*”, “*gig economy*” e “*on-demand economy*”.

Os trabalhos identificados foram submetidos ao protocolo “*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*” - PRISMA (MOHER et al., 2009), por ser amplamente utilizado e consagrado pela robustez metodológica nas ciências sociais (DEVRIES; BEKKERS; TUMMERS, 2016; OVERMAN, 2015). Dos 2798 trabalhos descobertos, 138 foram selecionados para o exame do texto completo. Nestes textos completos, foram mapeadas 274 iniciativas citadas e uma pesquisa documental (FLICK, 2009) foi empreendida, compreendendo a coleta de 470 fontes de dados relacionadas.

A seleção dos trabalhos, detalhada na Figura 1, compôs quatro etapas: identificação, triagem, elegibilidade e inclusão. Primeiramente, os estudos foram identificados pela análise das palavras-chave, resumos e títulos. Estudos de outras línguas diferentes da inglesa e duplicados foram excluídos da base.

Figura 1 – Fluxograma da Revisão sistemática de literatura



Fonte: Elaboração própria

Na segunda etapa, a triagem dos artigos se deu pela leitura do resumo e, em alguns casos, leitura completa do estudo, o que possibilitou a identificação de artigos que tratavam, superficialmente o tema e que não possuíam as demais características relevantes para a análise. Ademais, foram excluídos os artigos dos periódicos *International Journal of Hospitality Management* e *International Journal of Contemporally Hospitality Management*, por serem estritamente relacionadas à área do turismo ou por terem como objeto de estudo somente o *Airbnb*.

Na terceira etapa foram aplicados os critérios de elegibilidade do PRISMA para a criação da base de dados efetiva. Dentre os critérios, artigos de periódicos revisados por pares e com fator de impacto igual ou superior a 1,300 no ano de 2019, os livros e artigos mais citados, no idioma inglês e português, todos publicados no período de 2008 a 2019. A quarta etapa compreendeu a inclusão dos 138 trabalhos que foram submetidos a análises de conteúdo e temática na sequência (KRIPPENDORFF, 2004).

Os dados secundários relativos à pesquisa documental foram coletados por intermédio de diversas fontes de dados oriundas da internet, como documentos oficiais, sítios oficiais, revistas, jornais, mídias e redes sociais (como *Facebook*, *Instagram*, *Blogs* e vídeos do *Youtube* e outras fontes que apresentassem conteúdos relacionados às iniciativas de economia do compartilhamento). O marco temporal da pesquisa documental compreendeu o ano de criação das iniciativas até 2019.

Na segunda fase, todas as 274 iniciativas mapeadas na literatura foram designadas à pesquisa documental na qual se utilizou, aproximadamente, 470 fontes de dados distintas, dentre elas o site da iniciativa, outros sites e informações das mídias sociais. Além disso, foi utilizado o site *Crunchbase*, uma plataforma provedora de informações de empresas de tecnologia para consulta desde *startups* a organizações parte da economia do compartilhamento (TÄUSCHER; KIETZMANN, 2017). Essa consulta possibilitou o acesso a informações relevantes para a categorização das iniciativas como, por exemplo, a orientação ao lucro ou não, se ainda está em operação, se é uma forma de adaptação do mercado, etc.

A análise dos dados foi constituída de um processo iterativo - um movimento circular entre coleta e análise da teoria e dos dados da pesquisa documental para a reflexão indutiva, interpretação e codificação. Inicialmente, a técnica de análise de conteúdo (KRIPPENDORFF, 2004) foi utilizada para a análise dedutiva pela leitura dos trabalhos para identificar as categorias preliminares (PATTON, 2002). Posteriormente, uma releitura dos trabalhos cruzada com o mapeamento das iniciativas e a pesquisa documental pela codificação indutiva permitiu a criação de novas categorias e subcategorias (EISENHARDT; GRAEBNER; SONENSHEIN, 2016).

Concluído o processo de codificação, foram combinadas as categorias e subcategorias existentes na literatura com as que emergiram da análise do *corpus*. Essa análise permitiu delinear a proposição dessas categorias por meio de um espectro da economia do compartilhamento – a metamorfose: do ativismo social à financeirização das plataformas digitais, conforme apresentado na próxima seção.

### **3. A metamorfose da economia do compartilhamento como um espectro: do ativismo social à financeirização das plataformas digitais**

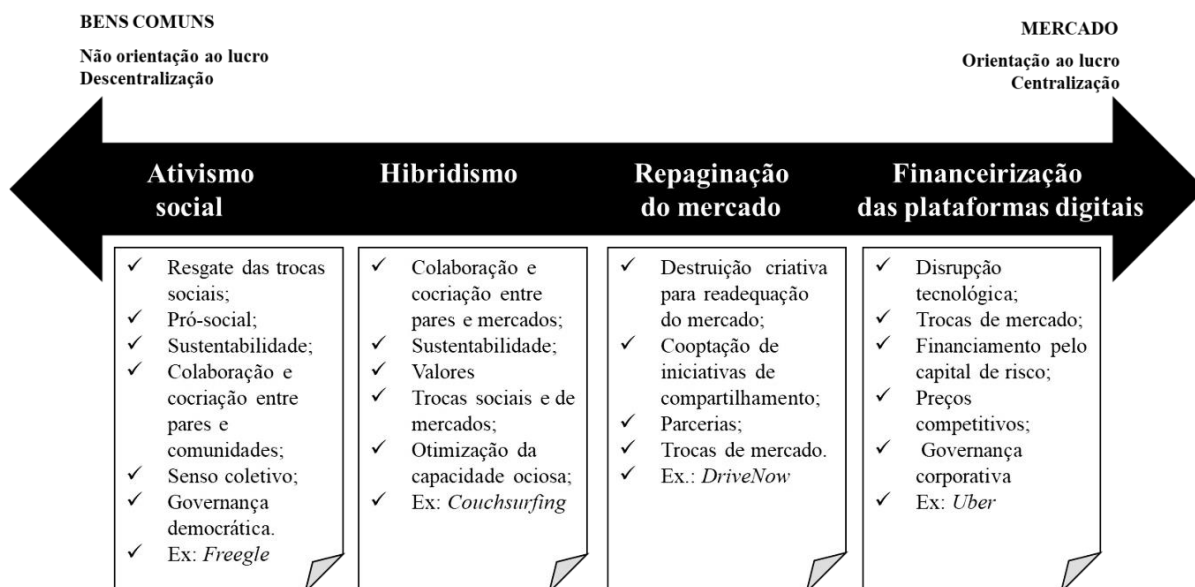
A proposição da economia do compartilhamento como um espectro parte da ideia de Sundararajan (2016) sobre a existência de um *continuum* entre economia de doações e economias de mercado. Ao longo da evolução do fenômeno, há formas organizacionais tais como “simples iniciativas de empréstimo entre pares para plataformas complexas e redes de pessoas e empresas interagindo para o uso coletivo de recursos existentes ou novos”, de uma

horta comunitária para “uma agricultura urbana compartilhada descentralizada e auto-organizada em todo o mundo” (MUÑOZ; COHEN, 2017, p. 21). Como, também, a *FoldIt*, uma iniciativa de *crowdsourcing* baseada na produção por pares, descentralizada e orientada ao bem comum ao contribuir com pesquisas científicas, a uma plataforma centralizada e orientada ao lucro, como a *Go-Jek*, que transforma o *crowdsourcing* em uma conexão entre consumidores e provedores de serviços de limpeza, massagem, cabeleireiro, lavagem e reparos de emergência de carros etc., considerada o “Uber indonês para motociclistas” (PARENTE; GELEILATE; RONG, 2018, p. 57).

Por outro lado, essa proposição se diferencia do “*continuum* trocas-compartilhamento” de Habibi, Davidson e Laroche (2017, p. 116), pois esta enfatiza as possíveis rotas pelas quais a economia do compartilhamento está enveredando na dimensão organizacional, ao invés de se ater ao mapeamento de práticas dentro de um espectro de compartilhamento e trocas. Desse modo, entende-se o espectro como um prenúncio da metamorfose da economia do compartilhamento que abarca as faces da economia do compartilhamento ilustradas por iniciativas que transitam entre o ativismo social, o hibridismo, a repaginação do mercado e a “financeirização das plataformas digitais”.

Conforme pode ser observado na Figura 2, essa proposta de espectro visa superar as dicotomias e evitar enquadramentos (MARTIN, 2016), não havendo a intenção de impor limites, mas de demonstrar que há, na dinâmica da economia do compartilhamento, iniciativas com rumos variáveis que, por sua vez, representam as pressões sociais, econômicas e ambientais. Bem como as tensões entre a descentralização e a preocupação com valores e propósitos voltados à sociedade e a centralização e a orientação ao lucro impostas pelo mercado.

Figura 2 – A metamorfose da economia do compartilhamento



Fonte: Elaboração própria (2022)

### 3.1. Ativismo social

Bawens, Mendoza e Iacomella (2012, p. 151) sugerem uma perspectiva da economia do compartilhamento enquanto fruto de um ativismo social, “como uma economia cívica, onde os cidadãos compartilham recursos sem monetização, por razões de convivência ou apoio mútuo em nível local”. Geralmente, esse ativismo é mobilizado pela comunidade ou

pela sociedade civil organizada motivadas por valores como pertença comunal e reciprocidade (GUYADER, 2018), “ativismo cidadão” delineado pela responsabilidade social e ambiental (COHEN; KIETZMANN, 2014, p. 282), pela autorregulamentação, pela governança democrática (MARTIN; UPHAM; KLAPPER, 2017), “engajamento cívico e ativismo político” para transformar cidades em espaços de compartilhamento de bens comuns (BERNARDI; DIAMANTINI, 2018, p. 32) e práticas alternativas ao consumo (o anticonsumo) (OZANNE; BALLANTINE, 2010) etc.

A autorregulamentação está assentada na governança dos bens comuns proposta em 1990, pela economista Elinor Ostrom, no prêmio Nobel de Economia – “*The governing of the Commons*” (RIFKIN, 2014). Essa proposta de governança se relaciona à ideia de colaboração em que a sociedade é mais participativa na autogestão dos bens comuns, apoiando o governo e o mercado a compartilharem os recursos. Segundo Kostakis e Bauwens (2014), seria algo como criar membranas para a sociedade retomar a economia moral e ética tanto no plano material quanto *on-line*. Por exemplo, no plano material, o *copyleft* é de conhecimento público, mas pode ser cooptado pelo mercado. No plano *on-line*, há uma abundância de coisas que podem ser compartilhadas e que também estão sendo cooptadas pelo governo e o mercado seguindo a lógica tradicional da escassez (KOSTAKIS; BAUWENS, 2014; SLEE, 2017).

Nesse contexto, para além da orientação instrumental que enfoca o “interesse próprio, eficiência, riqueza financeira, riqueza material” etc., a economia do compartilhamento baseada numa gestão democrática é capaz de promover valores sociais como o “altruísmo humanista, justiça social, igualdade, apoio mútuo, comunidade e solidariedade” e valores ambientais que incluem “o altruísmo biosférico, a harmonia com a natureza e o pós-materialismo” (MARTIN; UPHAM; KLAPPER, 2017, p. 1399). Martin, Upham e Klapper (2017, p. 1402) exploram o caso da *Freegle*, uma grande rede gerenciada por mais de 1000 voluntários, que rompeu com a plataforma *Freecycle*, tornando-se, a partir de 2009, uma plataforma que oferece vários serviços de reutilização gratuitos no Reino Unido, por meio de mais de 400 grupos que publicam as ofertas e demandas de suas comunidades de modo *on-line*.

Martin, Upham e Budd (2015, p. 1395) defendem que o modelo de governança democrática pode tornar a economia do compartilhamento mais sustentável, à medida que os valores sociais e ambientais sejam possibilitados “ao lado de valores instrumentais da economia capitalista”. As evidências do estudo na *Freegle* confirmam que “um modelo de governança democrática pode, até certo ponto, acomodar os valores sociais, ambientais e instrumentais dos usuários e proprietários de plataformas”.

Cohen e Kietzmann (2014, p. 288), em sua pesquisa sobre modelos de mobilidade compartilhados, mencionam a “carona solidária” – o *Carpooling.com* –, como um exemplo de ativismo cidadão no qual os condutores praticam a responsabilidade social e ambiental na mobilidade urbana, contribuindo com um subsídio para custear a viagem objetivando a redução do tráfego e da poluição. Outro exemplo é o *Liftshare*, uma cooperativa de “caronas compartilhadas sem fins lucrativos baseadas na comunidade”.

Em uma proposta de desenvolvimento de um modelo conceitual de cidade compartilhada baseado nas dimensões tecnológica, humana e social, Bernardi e Diamantini analisaram os casos de Seul e Milão tidas como exemplos de cidades compartilhadas e inteligentes. No que diz respeito à dimensão humana, em específico, abordam “a importância da participação popular na coprodução e criação de valor no espaço político e social” e explicitam como a economia do compartilhamento tem a capacidade de “provocar uma mudança de valores e normas, promover o engajamento cívico e o ativismo político e reconstruir um espaço comum compartilhado urbano” (BERNARDI; DIAMANTINI, 2018, p. 32).

O ativismo social pode se manifestar de diversas formas, até mesmo como um movimento alternativo dentro da economia do compartilhamento. “As plataformas baseadas em cooperativismo” são algumas dessas alternativas (FRENKEN; SCHOR, 2017, p. 7), ou seja, uma espécie de contramovimento à chamada *plataformização* da economia do compartilhamento, denominada por Srnicek (2017) de capitalismo de plataforma. De acordo com Scholz (2017, p. 50), o cooperativismo de plataforma pode ser um “modelo alternativo de organização social para lidar com a instabilidade financeira” no qual os trabalhadores são os proprietários e responsáveis pela gestão e controle, de forma democrática, com ou sem a participação de outros atores sociais. Logo, além da descentralização, o foco do cooperativismo de plataforma é oferecer condições de trabalho mais justas e dignas que proporcionem maior segurança e benefícios aos provedores de serviços, além de maior equidade entre os interesses das partes interessadas. Scholz (2017, p. 50) cita o exemplo da *Fairmondo*, uma “versão do *Ebay* baseado em cooperativas”.

Acquier, Daudigeos e Pinkse (2017, p. 7) denominam o cooperativismo de plataforma como plataformas baseadas em comunidade, ou seja, “um mecanismo de governança que garanta a redistribuição para equilibrar o interesse das partes interessadas”. Os autores citam a cooperativa alemã *CITIZ*, de compartilhamento de carros, que permite a parceria e a participação de consumidores, funcionários, investidores, autoridades públicas, principais contratantes e fornecedores na tomada de decisões.

Logo, o ativismo social capacita a dinâmica da comunidade na condução de iniciativas de compartilhamento, promovendo o efeito combinado da reprodução digital ou física de recursos e serviços. Assim, a produção de valor pode se tornar mais socializada e descentralizada. Schor (2016, p. 20), por exemplo, presume que “quanto mais os ativistas do compartilhamento dos EUA se conectarem com outros [...] de todo o mundo, mais sucesso teremos em impulsionar os objetivos de ecorresponsabilidade, distribuição de valor e solidariedade social”.

Os resultados da pesquisa de Martin indicam que ativistas, cidadãos e movimentos de base comunitária têm a economia do compartilhamento como uma alternativa inovadora para as problemáticas da economia capitalista não somente por capacitá-los, mas por descentralizar as “estruturas de poder em toda a economia e sociedade” permitindo a redução das desigualdades sociais e dos problemas ambientais. Para esses atores sociais, esse seria o caminho para “uma economia descentralizada, equitativa e sustentável” baseada em inovações digitais para romper com o sistema vigente, como “modelos de consumo baseados em pares [...], o movimento *maker* (por exemplo, *fablabs*), finanças entre pares, conhecimento aberto e dados abertos”. Organizações como *Ouishare* e *Shareable* promovem esse ativismo em eventos e nas mídias sociais como forma de fomentar a economia do compartilhamento com “potencial [...] para transformar o paradigma econômico predominante” (MARTIN, 2016, p. 154).

No entanto, Martin (2016, p. 155) observa que essa visão da economia do compartilhamento, por ser “fortemente moldada pelas perspectivas tecnocêntricas” e se distanciar de outros atores sociais, “corre o risco de negligenciar o papel do governo e das instituições na mudança social”. Acquier, Daudigeos e Pinkse (2017, p. 7) apontam, por sua vez, que as cooperativas de plataformas enfrentam “*trade-offs*” tanto na atração de investidores pela concorrência com as plataformas digitais orientadas ao lucro, quanto na composição de “esquemas alternativos de redistribuição que possam amedrontar tais investidores”.

### 3.2. Hibridismo

Para alguns autores, a economia do compartilhamento, em uma perspectiva macro, é híbrida em sua natureza por nela coexistirem diferentes modelos organizacionais orientados ao mercado ou aos bens comuns, baseados em doações ou trocas (MILANOVA; MAAS, 2017; PUSCHMANN; ALT, 2016; RIFKIN, 2014). Ou seja, no modelo de mercado híbrido, a transação de bens e serviços pode envolver dinheiro, troca ou doação (PUSCHMANN; ALT, 2016).

O hibridismo, em uma perspectiva meso (organizacional) da economia do compartilhamento parece refletir parte da cauda longa na qual algumas iniciativas se encontram (GEISSINGER *et al.*, 2018). As organizações híbridas unem características de um modelo de negócios que compreende a interdependência entre os interesses público e privado, são orientadas a um propósito e possuem motivações altruístas, sustentáveis, de engajamento social, cocriação e colaboração entre pares ou estranhos para os bens comuns, etc. Para além dos benefícios econômicos das transações envolvendo dinheiro, troca ou doação, as organizações híbridas estão preocupadas com a otimização da capacidade ociosa e com as trocas sociais.

Semelhante à proposta de economia híbrida de Lessig (2008), sugere-se um hibridismo organizacional em que o modelo de mercado tradicional pode se fundir a outros modelos organizacionais ou não (governo, universidades, fundações, organizações não governamentais, sociedade, etc.), tornando-se iniciativas que buscam promover impactos socioeconômicos e ambientais positivos para a comunidade. Esse é o foco do hibridismo e não a escalabilidade e o lucro, embora algumas iniciativas possuam fontes de receita ou sejam orientadas ao lucro ou não.

Muñoz e Cohen (2016) preferiram classificar o hibridismo como o próprio *continuum* entre o interesse público e o privado e o consumo e produção sustentáveis, na proposição de um *framework* integrado para cidades compartilhadas. Os autores apresentam cinco quadrantes com um número considerável de iniciativas híbridas que correspondem à proposta desse estudo, exceto o *Airbnb*, a *Lyft* e a *Uber*, visto que estas iniciativas são massivamente classificadas na literatura como plataformas e há pesquisas que demonstram os seus efeitos negativos sociais, econômicos e ambientais (FLEMING, 2017; FRENKEN; SCHOR, 2017).

Já quanto aos modelos de negócios, Muñoz e Cohen (2018, p. 19) restringiram às empresas e subdividiram o que consideramos hibridismo em uma dimensão denominada “abordagem de negócios” em duas categorias: a “híbrida, onde a empresa possui objetivos sociais ou ambientais explícitos (por exemplo, *Etsy*, *Kickstarter*); e a orientada a missões, que tem como objetivo principal o benefício social e/ou ambiental (por exemplo, *Kiva*, *Timebanks*)”. Porém, depreende-se que, nessa diferenciação entre empresa híbrida e orientada à missão, as orientações ao social e ao ambiental se sobrepõem, ao passo que está implícita a não orientação ao lucro e excluída a possibilidade de articulação com outras formas organizacionais. Em vista disso, ao analisar os exemplos expostos nos trabalhos, optou-se por reconhecer somente algumas iniciativas conforme a ideia de organizações híbridas sugerida acima.

Iniciativas como o *Couchsurfing*, *Freecycle* e o *Shared Earth* são exemplos basilares do hibridismo. O *Couchsurfing* iniciou sua operação em 2004 com a criação de um blog para conectar uma rede de viajantes, uma comunidade de pessoas que compartilha gratuitamente um cômodo de suas casas, e iniciativas de viagens enfatizando a sociabilidade e valores como “generosidade, conexões, felicidade, tolerância, melhoria da vida e da sociedade e, claro, no amor por viagens” (PERA; VIGLIA; FURLAN, 2016, p. 47). A comunidade se tornou global e, atualmente, possui mais de 14 milhões de pessoas distribuídas em mais de 200 mil

idades<sup>2</sup>. Em 2011 passou a ser uma organização com fins lucrativos, com receita que provém da cobrança de uma taxa de verificação de identidade, que não é obrigatória, mas a hospedagem continua gratuita visando o compartilhamento de experiências e vivências, conforme o seu propósito inicial.

O *Freecycle* é um grupo de reuso *on-line*, uma organização sem fins lucrativos que iniciou como um movimento de base comunitária e, atualmente, obtém receitas via patrocínio e doações financeiras para manter as despesas com as operações e a tecnologia envolvida. O reuso é incentivado entre os grupos para reciclagem, redução de resíduos, focado nos princípios de sociabilidade, sustentabilidade e reciprocidade negativa, na medida em que os indivíduos podem participar do grupo só para compartilhar ou se juntarem “à comunidade e adquirir bens sem deixar nenhum em troca” (KRUSH *et al.*, 2015, p. 2510).

Já a *Shared Earth* é reconhecida como a maior horta comunitária do mundo que dispõe de uma plataforma que conecta pessoas que possuem a terra com pessoas que querem cultivar alimentos, sejam jardineiros ou agricultores. A organização sem fins lucrativos foi fundada em 2009, na Califórnia, e tem como fonte de receita a publicidade; em 2011, se uniu com a *Landshare* da Inglaterra para ganhar escala e promover o impacto na economia, na saúde e no meio ambiente<sup>3</sup>.

Existem outras iniciativas que se inserem nesse hibridismo, como a *Boulder Food Rescue* – uma organização desenvolvida a partir de uma pesquisa da Universidade de Colorado sobre o desperdício de comida, que trabalha com voluntários e outras organizações (padarias, mercearias, etc.) para redistribuir alimentos e doar frutas e vegetais para comunidades em vulnerabilidade social (COHEN; MUÑOZ, 2016). Ela não possui uma plataforma digital e sim um site, as entregas na comunidade são feitas de bicicleta pelos voluntários e a fonte de receita é a doação financeira.

Contudo, estudos indicam que, na economia do compartilhamento, iniciativas de inovação social de base comunitária ou não orientadas ao lucro tendem a ser cooptadas, no longo prazo, pelo mercado (ACQUIER; DAUDIGEOS; PINKSE, 2017; LAURELL; SANDSTRÖM, 2017; MARTIN; UPHAM; BUDD, 2015), o que pode desvirtuar a sua ênfase no propósito e nos impactos sociais, econômicos e ambientais. Isso deve-se, em parte, à escalabilidade, pois a iniciativa tende a se desviar de sua missão e orientação à comunidade à medida em que alcança uma escala global, como foi o caso da *Etsy* que se distanciou do seu propósito de incentivar o artesanato local ao passo em que se tornou uma plataforma de alcance global com fornecedores de outros países (ACQUIER; DAUDIGEOS; PINKSE, 2017).

### 3.3. Repaginação do mercado

As organizações incumbentes, ou seja, organizações que se situam em uma indústria já estabelecida estão enfrentando grandes desafios, com o crescimento da economia do compartilhamento, como empresas do segmento de hospedagem e indústrias automobilísticas com a ascensão das plataformas *AIRBNB* e *UBER*, que promovem o uso ao invés da posse. Dentre os caminhos possíveis para a sobrevivência dessas organizações tradicionais, há a destruição criativa, mas o que tem se manifestado de forma mais significativa é a cooptação de iniciativas de compartilhamento já existentes por essas indústrias.

As organizações incumbentes buscam repaginar-se para enfrentar a concorrência com as iniciativas da economia do compartilhamento. Constantiou, Marton e Tuunainen (2017, p.

---

2 Disponível em: <https://www.couchsurfing.com>. Acesso em: 5 jul. 2021.

3 Disponível em: <https://www.sharedearth.com>. Acesso em: 27 set. 2021.

235) destacam que as principais formas de reação se dão por meio de estratégias de “aquisição”, “colaboração”, “modelos de negócios complementares” ou “concorrência”. Coadunando com eles, Parente, Geleilate e Rong (2018, p. 57) complementam que a concorrência pode implicar tanto nas “modificações organizacionais e operacionais para reduzir os custos” das organizações tradicionais quanto na “internacionalização” do mercado.

Algumas organizações tradicionais utilizam a estratégia de aquisições, como: a *Zipcar*, que foi adquirida pela *Avis*, uma organização tradicional do segmento de aluguel de veículos (PARENTE; GELEILATE; RONG, 2018); a plataforma de aluguel de casas de luxo *Travel Keyz*, adquirida pelo grupo hoteleiro *Accor* (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017); e a plataforma de compartilhamento de equipamentos *Yard Club* adquirida pela *Caterpillar* (MUÑOZ; COHEN, 2018). Essa estratégia de aquisição geralmente é o modo mais rápido de inserção pela aquisição da *expertise* das startups de compartilhamento e passa a ser um segundo canal com os consumidores (MUÑOZ; COHEN, 2018), ao lhes oferecer valores semelhantes como a otimização de recursos, a redução dos custos de transação e de propriedade, sobretudo, outras formas de experienciar o produto ou o serviço.

A colaboração entre organizações de indústrias estabelecidas e da economia do compartilhamento, por sua vez, é uma alternativa para “unir forças” e “buscar sinergias” (PARENTE; GELEILATE; RONG, 2018, p. 57). Nessa estratégia de adaptação, a indústria automobilística *Toyota* adquiriu uma pequena participação da *Uber* para oferecer aos provedores de serviços o *leasing* de carros (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017), enquanto a *General Motors* investiu na parceria com a *Lyft* para oferecer o aluguel de carros aos provedores de serviços em condições mais competitivas que o mercado de locação tradicional (PARENTE; GELEILATE; RONG, 2018). Outro exemplo é a colaboração entre a rede de hotéis *Marriot* e a plataforma de *coworking* *Liquid Space* para o compartilhamento de salas de reunião (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017).

Por outro lado, a criação de um modelo de negócio complementar se diferencia da aquisição pelo fato de a organização tradicional inserir características da economia do compartilhamento na sua estratégia global e ampliar a sua “rede de valor” (VASKELAINEN; MÜNZEL, 2018, p. 286) para se manter competitiva. Essa estratégia é mais comum no compartilhamento de carros. A Daimler, juntamente com a empresa de aluguel de carros *Europcar* adquiriram a *Car2go* em 2009 (BOONS; BOCKEN, 2018; VASKELAINEN; MÜNZEL, 2018), que operava somente na Alemanha e agora atua em várias cidades da Europa e América do Norte. A partir de então, a *Car2go* passou a se integrar, por meio de parcerias, a outros operadores de transporte público. Com isso, a Daimler, além de oferecer os modelos de carros de entrada, investiu no desenvolvimento de aplicativos para otimizar a experiência do consumidor, como o *moovel*, “para planejar rotas e hub de informações”; e outro para a compra de ingressos “para as opções de transporte público em algumas cidades” (VASKELAINEN; MÜNZEL, 2018, p. 286).

A Audi, por conseguinte, optou pelas estratégias de diferenciação “através da integração” e da “segmentação de usuários de compartilhamento”. Ao contrário da Daimler e da BMW, criou um braço tecnológico – a *Audi Business Innovation GmbH* (ABI), uma empresa de tecnologia para desenvolver aplicativos que possibilitam diferentes serviços de mobilidade. Isso lhe permitiu oferecer a diferenciação por meio da integração de um aplicativo desenvolvido pela ABI para “abrir e iniciar carros de luxo com uma ‘chave digital’ em um smartphone sem exigir que uma chave física fosse deixada no carro” (MOCKER; FONSTAD, 2017, p. 284).

A repaginação do mercado pela concorrência, por sua vez, leva indústrias tradicionais e empresas de tecnologia a criarem estratégias semelhantes aos seus principais concorrentes. As cooperativas de taxi criaram aplicativos para concorrer com o *Lyft* e o *Uber*, como o *Easy Taxi*, no Brasil. Já as empresas de tecnologia consideradas como iniciantes na indústria

automotiva, como a *Tesla*, *Google* e *Apple* estão investindo em carros “digitalmente aprimorados, elétricos e autônomos” (MOCKER; FONSTAD, 2017, p. 279), para concorrerem com a *Uber* (SLEE, 2017).

Como a economia do compartilhamento está afetando consideravelmente as formas de consumo, Ertz, Durif e Arcand (2018, p. 30) também observaram que grande parte das organizações tradicionais, para se adequarem e aproveitarem o potencial do consumo colaborativo, está “criando filiais ou linhas de produtos específicas”. Essa corrida pela repaginação é crescente e parece ter potencial para desconfigurar a proposta inicial da economia do compartilhamento. Ou seja, ao se apropriarem de características do compartilhamento, como o uso ao invés da posse e a formação de comunidades, podem utilizá-las como estratégias para ampliar o consumo ao invés de reduzi-lo.

### 3.4. Financeirização das Plataformas Digitais

“Financeirização das plataformas digitais” é um termo proposto para a cooptação de iniciativas da economia do compartilhamento baseadas em plataformas digitais pelo mercado e grandes investidores do sistema financeiro (SLEE, 2017; SRNICEK, 2017), incentivados pela “vantagem competitiva” advinda das “fronteiras fluidas entre mercados e empresas” que combinam “mecanismos organizacionais e de coordenação de mercado de maneiras inovadoras” (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017, p. 235), pela falta ou brechas nas regulamentações e regimes tributários adequados às respectivas atividades (CHASIN *et al.*, 2018a; MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; SLEE, 2017). Essa financeirização também ocorre por iniciativas de, geralmente, *startups* que buscam atrair os investidores do mercado de capital de risco para ampliar a sua capacidade e competitividade, com o intuito de adentrar no mercado de ações.

As iniciativas inseridas na financeirização das plataformas digitais representam desde os mercados bilaterais, ao intermediarem interações e transações entre duas partes (indivíduos ou organizações), e até mesmo plataformas multilaterais (ZHU; SO; HUDSON, 2017) por facilitarem as interações tanto do lado da demanda quanto da oferta, cobrando um valor por essa transação e oferecendo modelos institucionais e regulatórios próprios para as partes interessadas (TÄUSCHER; LAUDIEN, 2018). Em específico, Ertz, Durif e Arcand (2018, p. 30) denominam essas plataformas digitais de “terceiros com plataformas”, as quais, geralmente não possuem ativos e atuam apenas como mediadores entre o consumidor e o provedor de serviços, impondo os “seus próprios termos e condições” para intermediar as transações *on-line*, como a *Airbnb*, *Uber*, *MTruck*, etc.

A disrupção tecnológica das iniciativas voltadas à financeirização das plataformas digitais, por sua vez, muito pouco produz em termos de ativos, apenas enfocam no desenvolvimento de uma infraestrutura tecnológica inovadora e complexa para a criação e captura de valor na intermediação de trocas entre pares, grupos ou organizações (baseadas no uso de ativos subutilizados e na prestação de serviços de terceiros), orientadas ao lucro e ao retorno dos investimentos, pelo mercado de ações, para seus investidores financeiros (SLEE, 2017; SRNICEK, 2017). O *modus operandi* e a infraestrutura orientada à *plataformização* tornou algumas iniciativas da economia do compartilhamento muito mais atrativas para os mais diversos fornecedores individuais e um modelo de negócio mais proeminente entre as *startups*, e o seu sucesso vem provocando uma “disrupção [abrangente] e aumentando a concorrência em muitos setores” (PARENTE; GELEILATE; RONG, 2018, p. 56).

A lucratividade, por conseguinte, é alcançada basicamente pela escalabilidade baseada em multidões e nos efeitos de rede proporcionados pela internet (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; SRNICEK, 2017; TÄUSCHER; KIETZMANN, 2017) em que o valor ou a

funcionalidade de um recurso aumenta com cada usuário adicional. Desse modo, as plataformas digitais necessitam de investimentos em conhecimento e tecnologias para promover efeitos de rede, gerar escalabilidade, reduzir os custos de transação, mitigar riscos, ampliar a confiança entre os usuários, etc.

Autores como Rifkin (2014), Heylighen (2017) e Geissinger, Laurell e Sandström (2018) defendem que a tecnologia provoca a disrupção na economia, por transformar o postulado da escassez em abundância. A escassez prevê retornos decrescentes, enquanto a abundância proporcionada pela chamada economia digital oferece retornos crescentes como, por exemplo, por intermédio da “reutilização do conhecimento” e dos “efeitos de rede”.

Os efeitos de rede se estabelecem pelo incremento do número de usuários e fornecedores de ativos ou provedores de serviços, ou seja, a rede se expande à medida que a conectividade aumenta quando mais e mais usuários são atraídos por preços mais competitivos e pelo nível de personalização, como também pelo aumento da oferta de fornecedores e provedores de serviços (GEISSINGER *et al.*, 2018; PARENTE; GELEILATE; RONG, 2018; TÄUSCHER; KIETZMANN, 2017).

A escalabilidade se refere à geração de massa crítica de usuários (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017) proporcionada por serviços cada vez mais flexíveis para o maior número de usuários, intermediados pelas plataformas através do “*matchmaking* autogerenciado” (algoritmo para a combinação entre pares autogerenciada) pela plataforma sem incorrer em custos adicionais (TÄUSCHER; KIETZMANN, 2017, p. 255); o que Rifkin (2014) denomina como a capacidade de alcançar um custo marginal próximo a zero. Isso foi e será possível pela integração entre tecnologias digitais por possibilitar a eficiência, a flexibilidade, a redução de custos e ampliar as margens de lucro pelo volume de usuários *versus* taxas flexíveis, inicialmente com a Internet e os *smartphones* (TÄUSCHER; KIETZMANN, 2017), atualmente, com a computação em nuvem, os *big datas* e softwares de georreferenciamento baseados em localização (MUÑOZ; COHEN, 2017) e, futuramente, com a inteligência artificial para ampliar o nível de conectividade (FEHRER *et al.*, 2018).

Para alcançar a escalabilidade e todos os demais critérios para tornar a plataforma flexível, eficiente e rentável, no entanto, grande parte das organizações e *startups* de base tecnológica dependem de “capital de risco e de fontes tradicionais de financiamento” (MUÑOZ; COHEN, 2018, p. 12). Daí ocorre a cooptação do mercado financeiro, tornando o *modus operandi* das plataformas digitais na economia do compartilhamento semelhante ao mercado tradicional. Para Slee (2017, p. 283) todo esse aparato tecnológico financiado pelo “capital de risco e mercados livres” [,] “em vez de dar escala a esforços de compartilhamento, o envolvimento do dinheiro apenas leva a promessas rotas”.

Gerwe e Silva denunciam “uma mudança geral do aspecto de ‘compartilhamento’ para o aspecto ‘econômico’ da economia do compartilhamento”, citando vários exemplos de iniciativas de compartilhamento que foram incorporando estratégias tradicionais de mercado, como:

A recente iniciativa da *Uber* de desenvolver carros sem motorista e a colaboração da *Airbnb* com o *Newgard Development Group* para construir um complexo de apartamentos especialmente projetado para compartilhamento doméstico parecem muito mais integração vertical do que o acesso ponto a ponto à capacidade subutilizada. (GERWE; SILVA, 2020, p. 3).

A financeirização das plataformas digitais parece ainda favorecer uma possível monopolização em alguns setores nos quais as plataformas digitais operam globalmente (SCHOLZ, 2017), como a *Uber*, no setor de mobilidade, e a *Airbnb*, na acomodação. Em outras palavras, o aumento da concentração de mercado pelas primeiras plataformas digitais

em seus respectivos setores, também as tornaram maiores e dominantes, reforçando a retórica de mercado – “*winner takes all*” – o vencedor leva tudo (AKBAR; TRACOGNA, 2018; CHASIN *et al.*, 2018b; MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; TÄUSCHER; LAUDIEN, 2018). Essa dinâmica ocorre, geralmente, pelos efeitos de rede que se tornam recursivos para as plataformas dominantes, tendo em vista que o maior poder de atratividade amplia o tamanho da rede, favorecendo todos os envolvidos (usuários, provedores de serviços, fornecedores e as próprias plataformas) (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; TÄUSCHER; KIETZMANN, 2017).

Não obstante, é necessário ressaltar os efeitos da centralização e dos sistemas de reputação para mitigação de riscos e geração de confiança nas plataformas digitais. A centralização é inerente às plataformas digitais, pois elas não somente definem e impõem seus próprios termos e condições de uso, distribuição ou prestação de serviços, como também transferem uma série de responsabilidades aos provedores de serviços e usuários (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; SCHOLZ, 2017; SLEE, 2017). A gestão baseada na centralização e nos sistemas de reputação das plataformas digitais é uma caixa-preta tecnológica que transcende as formas de governança do mercado tradicional. Bardhi e Eckhardt (2012) nomeiam esse tipo de governança de *Big Brother*, por ser instrumentalizada por mecanismos de monitoramento e controle do comportamento dos indivíduos.

Os sistemas de reputação são baseados em sofisticados algoritmos que mensuram a confiança por meio da avaliação dos usuários e provedores de serviços de forma que o monitoramento e o controle da plataforma digital colocam usuários e provedores de serviços num vis-à-vis camuflado por um “sistema de classificação bidirecional” (ETZIONI, 2017, p. 3). Até que ponto esse mecanismo de avaliação realmente representa a confiança e pode reduzir riscos tanto para usuários quanto para provedores de serviços? Os achados de Frenken e Schor (2017, p. 8) denunciam algumas experiências de discriminação em plataformas como Airbnb, Lyft e Uber e apontam que os efeitos econômicos são mais fáceis de mensurar, a despeito dos efeitos ambientais e sociais, “que são complexos e não necessariamente inclusivos”.

Portanto, a centralização e os sistemas de reputação das plataformas digitais redundam em uma série de implicações que carecem de uma reflexão minuciosa. Para os provedores de serviços, trata-se de um “instrumento de controle” do seu comportamento, controle este que também substitui as relações de confiança convencionais aumentando, por sua vez, os riscos para a sociedade, visto que os sistemas obtêm muitas informações dos consumidores e prestadores de serviços, uma massa de dados (o *big data*) que pode ser utilizada para manipular o mercado. Por outro lado, as plataformas digitais geralmente resistem à transparência dos dados que deve ser fiduciária e pode ser um caminho para a regulamentação e um freio para o mercado (SLEE, 2017, p. 298).

Por fim, a transferência de algumas responsabilidades das plataformas digitais aos provedores de serviços e usuários diz respeito à troca de papéis proposta na economia do compartilhamento. O termo “prossumidor”, proposto por Rifkin (2014) quando as tecnologias digitais deram mais possibilidades ao consumidor para montar o seu próprio produto, tornou-se popular. Contudo, quanto maior o envolvimento do consumidor ou do provedor de serviços na plataforma digital, eles podem passar a desempenhar o papel de um empregado ou do próprio produtor (BARDHI; ECKHARDT, 2012). Ademais, a criação do prossumidor parece também contribuir para a racionalização do mundo da vida social. Algumas iniciativas de *crowdsourcing* desfocam as fronteiras entre produção e consumo, criando inúmeras possibilidades para o indivíduo atuar como fornecedor, seja trabalhando fora do horário do seu trabalho ou tornando o trabalho sob demanda (*gig*), a sua atividade principal sem vínculo empregatício:

[...] executando micro-tarefas (por exemplo, MTurk), fornecendo serviços (por exemplo Airbnb), criando projetos (por exemplo, 99designs), produtos inovadores (por exemplo, InnoCentive), autoridades de assistência (por exemplo, LEEDIR) e assim por diante. Assim, o *crowdsourcing* tem potencial para racionalizar não apenas os processos de produção, mas também os mundos da vida: “expandindo o trabalho para a vida social e recreativa e substituindo ocasiões e capacidades virtualmente livres de preocupações instrumentais com atividades produtivas sob um regime de eficácia e eficiência das plataformas digitais” (BAUER; GEGENHUBER, 2015, p. 672).

A economia do compartilhamento é multifacetada tanto no debate acadêmico (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017), quanto na ampla gama de iniciativas (MARTIN, 2016) e na diversidade de motivações para a participação nas práticas que vão desde “benefícios sociais e ecológicos” ao “econômico” e meramente utilitário (ERTZ; LEBLANC-PROULX, 2018, p. 896). Especialmente pela contínua evolução das iniciativas que tomam, por vezes, direcionamentos inusitados que distorcem ou se desviam do caráter original do compartilhamento (MARTIN, 2016). Obviamente, essas manifestações da metamorfose apenas representam alguns exemplos e seus efeitos, não havendo aqui a intenção de demonstrar todas as facetas da economia do compartilhamento.

#### 4. Considerações Finais

O espectro apresentado aqui pretendeu representar o potencial de transformação do fenômeno da economia do compartilhamento, ou seja, refletir sobre as várias faces que as iniciativas podem obter e continuamente transmutar-se. Constatou-se, na revisão sistemática de literatura e, em particular, no mapeamento de iniciativas, que grande parte do crescimento exponencial de iniciativas na economia do compartilhamento se deveu à criação de plataformas digitais seguidas da repaginação das empresas envolvidas que buscam se (re)adequar ao fenômeno.

Além disso, o mapeamento das iniciativas citadas apoiou notadamente a identificação das transformações que algumas iniciativas perpassaram. Por exemplo, algumas iniciativas sem fins lucrativos passaram a ter a orientação ao lucro para sobreviverem, enquanto outras foram suprimidas pelas grandes plataformas digitais, deixando de operar ou sendo adquiridas por outras. Esses desdobramentos ocorrem de forma muito dinâmica, de modo que a literatura, por vezes, não consegue acompanhar.

Outra contribuição foi a assunção da natureza multifacetada da economia do compartilhamento. Em virtude do avanço e da dinâmica do fenômeno, da diversidade de atores sociais envolvidos e da multiplicidade de iniciativas com seus respectivos propósitos e valores distintos, um espectro foi construído de modo a ilustrar como tais iniciativas transitam entre o ativismo social, o hibridismo, a repaginação do mercado e a financeirização das plataformas digitais. Esse espectro representa a metamorfose da economia do compartilhamento não somente pela concomitância com a economia de mercado vigente, mas pela dinâmica da iniciativa, que pode ser cooptada por uma readequação de uma organização incumbente, por se tornar uma plataforma digital somente orientada ao lucro e ao retorno dos investidores ou, até mesmo, se refazer em um contramovimento devido aos efeitos negativos da financeirização das plataformas digitais e se orientar ao ativismo social, como ocorreu com a *Frengle*. Essa elucubração também suscitou uma contribuição não prevista, diferentemente do sugerido pela literatura (MATZLER; VEIDER; KATHAN, 2015), a de que as

organizações incumbentes também podem se beneficiar da economia do compartilhamento pela repaginação do mercado, ao invés de serem prejudicadas.

Apesar de a economia do compartilhamento poder ser empregada como uma alternativa ou uma segunda via para o empoderamento da sociedade, na busca de soluções para uma série de questões econômicas, ambientais e sociais, o seu crescimento desenfreado em uma variada gama de atividades tornou as fronteiras do compartilhamento e da colaboração ainda mais cinzentas.

Nesse ambiente turvo, onde a cooptação do mercado avança ao passo que o governo, devido a sua estrutura burocrática, busca se adequar ou deixa seguir o modelo “*laissez faire*”, a sociedade parece seguir menos o fluxo da cooperação e colaboração enquanto atores sociais atuantes em movimentos ativistas, mas parece estar sendo acometida enquanto prossumidora pela evolução da financeirização das plataformas digitais. Evidentemente, isso pode ser o fruto do aprofundamento de crises econômicas ao redor do mundo, do “desaparecimento” dos empregos e da contínua financeirização da economia.

O questionamento que paira é se estamos, de fato, rumo a um novo modelo econômico orientado para resolver as questões sociais, econômicas e ambientais ou se todos os esforços do modelo de mercado vigente tornarão a economia do compartilhamento uma forma de capitalismo exacerbado tendendo a uma economia de plataforma sugerida por Srnicek (2017).

Como sugestão para pesquisas futuras, acredita-se que é preciso caracterizar e categorizar a governança e a sustentabilidade na pluralidade de iniciativas inseridas no fenômeno, sobretudo a governança, visto que a inserção de tecnologias que ainda estão em estágio inicial, como o *blockchain* que viabiliza transações *on-line* desintermediadas, certamente afetarão as plataformas digitais com governança centralizada. Essas categorias são relevantes para avaliar a tendência do conjunto de iniciativas da economia do compartilhamento em relação à orientação aos bens comuns ou ao mercado.

Além do *Blockchain*, outras tecnologias como a Inteligência Artificial, a Internet das Coisas e as criptomoedas já fazem parte de cenários que podem reverberarem profundas mudanças na economia do compartilhamento. Portanto, o uso e os efeitos dessas tecnologias merecem atenção em futuras pesquisas.

Além disso, é perceptível a concentração de estudos sobre as motivações para os consumidores/usuários/indivíduos participarem da economia do compartilhamento, porém, pouca atenção é dada sobre as implicações do fenômeno para os provedores de serviços, por exemplo.

Por fim, é necessário também investigar com maior profundidade as implicações sociais, econômicas e ambientais do fenômeno e como elas afetam os países, as cidades e as pessoas de maneira diferenciada não somente no nível macro e meso, mas, especialmente, no nível micro.

## REFERÊNCIAS

- ACQUIER, Aurélien; DAUDIGEOS, Thibault; PINKSE, Jonatan. Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 125, n. July, p. 1–10, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.07.006>
- AKBAR, Yusaf H.; TRACOGNA, Andrea. The sharing economy and the future of the hotel industry: Transaction cost theory and platform economics. **International Journal of Hospitality Management**, v. 71, n. October 2017, p. 91–101, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.12.004>

BARDHI, Fleura; ECKHARDT, Giana M. Access-Based Consumption : The Case of Car Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 39, p. 881–898, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/666376>

BARNES, Stuart J.; MATTSSON, Jan. Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 104, p. 200–211, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.01.006>

BAUER, Robert M.; GEGENHUBER, Thomas. Crowdsourcing: Global search and the twisted roles of consumers and producers. **Organization**, v. 22, n. 5, p. 661–681, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1350508415585030>

BAUWENS, Michel *et al.* **Synthetic Overview of the Collaborative Economy**. Paris: P2P Foundation, 2012.

BELK, Russell. 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>

BERNARDI, Monica; DIAMANTINI, Davide. Shaping the sharing city: An exploratory study on Seoul and Milan. **Journal of Cleaner Production**, v. 203, p. 30–42, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.132>

BOONS, Frank; BOCKEN, Nancy. Towards a sharing economy – Innovating ecologies of business models. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 137, n. June, p. 40–52, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.06.031>

CASTELLS, Manuel. **The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business and society**. Oxford: Oxford University Press, 2001.

CHASIN, Friedrich *et al.* Reasons for failures of sharing economy businesses. **MIS Quarterly Executive**, v. 17, n. 3, p. 185–199, 2018b.

CHERRY, C. E.; PIDGEON, N. F. Is sharing the solution? Exploring public acceptability of the sharing economy. **Journal of Cleaner Production**, v. 195, p. 939–948, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.278>

COHEN, Boyd; KIETZMANN, Jan. 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>

COHEN, Boyd; MUÑOZ, Pablo. Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework. **Journal of Cleaner Production**, v. 134, p. 87–97, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.133>

CONSTANTIOU, Ioanna; MARTON, Attila; TUUNAINEN, Virpi Kristiina. Four models of sharing economy platforms. **MIS Quarterly Executive**, v. 16, n. 4, p. 236–251, 2017.

DE VRIES, Hanna; BEKKERS, Victor; TUMMERS, Lars. Innovation in the public sector: a systematic review and future research agenda. **Public Administration**, v. 94, n. 1, p. 146–166, 2016.

DOIN, Tatiana Aparecida Ferreira. **Desvendando a metamorfose da economia do compartilhamento: uma revisão sistemática de literatura para a proposição de um framework integrativo**. Tese (Doutorado), Núcleo de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador. 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/32145>

- ERTZ, Myriam; DURIF, Fabien; ARCAND, Manon. A conceptual perspective on collaborative consumption. **AMS Review**, v. 9, n. 1–2, p. 27–41, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s13162-018-0121-3>
- ERTZ, Myriam; DURIF, Fabien; ARCAND, Manon. Collaborative consumption: Conceptual snapshot at a buzzword. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 19, n. 2, p. 1–23, 2016.
- ETZIONI, Amitai. Cyber Trust. **Journal of Business Ethics**, v. 156, n. 1, p. 1–13, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3627-y>
- FEHRER, Julia A. *et al.* Future scenarios of the collaborative economy: Centrally orchestrated, social bubbles or decentralized autonomous? **Journal of Service Management**, v. 29, n. 5, p. 859–882, 2018.
- FLEMING, Peter. The Human Capital Hoax: Work, Debt and Insecurity in the Era of Uberization. **Organization Studies**, v. 38, n. 5, p. 691–709, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0170840616686129>
- FRENKEN, Koen; SCHOR, Juliet. Putting the sharing economy into perspective. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, v. 23, p. 3–10, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>
- GANAPATI, Sukumar; REDDICK, Christopher G. Prospects and challenges of sharing economy for the public sector. **Government Information Quarterly**, v. 35, n. 1, p. 77–87, 2018.
- GEISSINGER, Andrea *et al.* Digital entrepreneurship and field conditions for institutional change— Investigating the enabling role of cities. **Technological Forecasting and Social Change**, n. May, p. 1–10, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.06.019>
- GEISSINGER, Andrea; LAURELL, Christofer; SANDSTRÖM, Christian. Digital Disruption beyond Uber and Airbnb—Tracking the long tail of the sharing economy. **Technological Forecasting and Social Change**, v. June, p. 1–8, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.06.012>
- GERWE, Oksana; SILVA, Rosário. Clarifying the sharing economy: Typology, antecedents, and effects. **Academy of Management Perspectives**, p. 1–62, 2018.
- GUYADER, Hugo. No one rides for free! Three styles of collaborative consumption. **Journal of Services Marketing**, v. 32, n. 6, p. 692–714, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JSM-11-2016-0402>
- HABIBI, Mohammad Reza; DAVIDSON, Alexander; LAROCHE, Michel. What managers should know about the sharing economy. **Business Horizons**, v. 60, n. 1, p. 113–121, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.09.007>
- HAMARI, Juho; SJÖKLINT, Mimmi; UKKONEN, Antti. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, p. 1–13, 2015.
- HARTL, Barbara; HOFMANN, Eva; KIRCHLER, Erich. Do we need rules for “what’s mine is yours”? Governance in collaborative consumption communities. **Journal of Business Research**, v. 69, n. 8, p. 2756–2763, 2016.
- HEYLIGHEN, Francis. Towards an intelligent network for matching offer and demand: From the sharing economy to the global brain. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 114, p. 74–85, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.02.004>

- HOANG, Lyn; BLANK, Grant; QUAN-HAASE, Anabel. The winners and the losers of the platform economy: who participates? **Information Communication and Society**, v. 23, n. 5, p. 681–700, 2020.
- KOSTAKIS, Vasilis; BAUWENS, Michel. **Network Society and Future Scenarios for a Collaborative Economy**. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2014.
- KRIPPENDORFF, Klaus. **Content Analysis: An Introduction to Its Methodology**. Second Edied. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2004. ISSN 1098-6596.v. 2 Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- KRUSH, Michael T. *et al.* Positive marketing: A new theoretical prototype of sharing in an online community. **Journal of Business Research**, v. 68, n. 12, p. 2503–2512, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.037>
- LAURELL, Christofer; SANDSTRÖM, Christian. The sharing economy in social media: Analyzing tensions between market and non-market logics. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 125, n. June 2016, p. 58–65, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.038>
- LEHDONVIRTA, Vili *et al.* The Global Platform Economy: A New Offshoring Institution Enabling Emerging-Economy Microproviders. **Journal of Management**, v. 45, n. 2, p. 567–599, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0149206318786781>
- LESSIG, Lawrence. **Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy**. Firsted. London: Penguin Press, 2008.
- MARKUSEN, Ann *et al.* Defining the creative economy: Industry and occupational approaches. **Economic Development Quarterly**, v. 22, n. 1, p. 24–45, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0891242407311862>
- MARTIN, Chris 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>
- MARTIN, Chris J.; UPHAM, Paul; BUDD, Leslie. Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy. **Ecological Economics**, v. 118, p. 240–251, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.08.001>
- MARTIN, Chris J.; UPHAM, Paul; KLAPPER, Rita. Democratising platform governance in the sharing economy: An analytical framework and initial empirical insights. **Journal of Cleaner Production**, v. 166, p. 1395–1406, 2017.
- MATZLER, Kurt; VEIDER, Viktoria; KATHAN, Wolfgang. Adapting to the Sharing Economy. **MIT Sloan Management Review**, v. 56, n. 2, p. 71–77, 2015.
- MILANOVA, Veselina; MAAS, Peter. Sharing intangibles: Uncovering individual motives for engagement in a sharing service setting. **Journal of Business Research**, v. 75, p. 159–171, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.02.002>
- MOCKER, Martin; FONSTAD, Nils O. How AUDI AG is driving toward the sharing economy. **MIS Quarterly Executive**, v. 16, n. 4, p. 279–293, 2017.
- MOHER, David *et al.* Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses : The PRISMA Statement. **PLoS Medicine**, v. 6, n. 7, p. 1–6, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- MUÑOZ, Pablo; COHEN, Boyd. A compass for navigating sharing economy business models. **California Management Review**, v. 61, n. 1, p. 114–147, 2018. Disponível em:

<https://doi.org/10.1177/0008125618795490>

MUÑOZ, Pablo; COHEN, Boyd. Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 125, p. 21–37, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.035>

MURILLO, David; BUCKLAND, Heloise; VAL, Esther. When the sharing economy becomes neoliberalism on steroids: Unravelling the controversies. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 125, n. July 2016, p. 66–76, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.024>

OZANNE, Lucie K; BALLANTINE, Paul W. Sharing as a form of anti-consumption ? An examination of toy library users. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 498, p. 485–498, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/cb>

PARENTE, Ronaldo C.; GELEILATE, José Mauricio G.; RONG, Ke. The Sharing Economy Globalization Phenomenon: A Research Agenda. **Journal of International Management**, v. 24, n. 1, p. 52–64, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.intman.2017.10.001>

PARGUEL, Béatrice; LUNARDO, Renaud; BENOIT-MOREAU, Florence. Sustainability of the sharing economy in question: When second-hand peer-to-peer platforms stimulate indulgent consumption. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 125, p. 48–57, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.029>

PERA, Rebecca; VIGLIA, Giampaolo; FURLAN, Roberto. Who Am I? How Compelling Self-storytelling Builds Digital Personal Reputation. **Journal of Interactive Marketing**, v. 35, p. 44–55, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2015.11.002>

PUSCHMANN, Thomas; ALT, Rainer. Sharing economy. **Business and Information Systems Engineering**, v. 58, n. 1, p. 93–99, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0420-2>

RIFKIN, Jeremy. **The zero marginal cost society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism**. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

SCHOLZ, Trebor. Platform Cooperativism vs. the Sharing Economy. In: DOUAY, Nicolas; WAN, Annie (org.). **Big Data & Civic Engagement**. Milano: Planum, 2017. p. 47–54.

SCHOR, Juliet. Debating the Sharing Economy. **Journal of Self-Governance and Management Economics**, v. 4, n. 3, p. 7–22, 2016.

SCHOR, Juliet *et al.* Paradoxes of openness and distinction in the sharing economy. **Poetics**, v. 54, p. 66–81, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.11.001>

SCHOR, Juliet B *et al.* Dependence and precarity in the platform economy. **Theory and Society**, v. 49, n. 5–6, p. 833–861, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11186-020-09408-y>

SCHUMPETER, Joseph. **Business Cycles: A Theoretical , Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process**. New: McGraw-Hill Book Company, 1939.

SLEE, Tom. **What's Yours Is Mine: against the sharing economy**. London: OR Books, 2017.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.

SUNDARARAJAN, Arun. **The Sharing Economy: The end of Employment and the Rise of Crowd-based Capitalism**. Cambridge: The MIT Express, 2016.

TÄUSCHER, Karl; KIETZMANN, Jan. Learning from failures in the sharing economy. **MIS**

**Quarterly Executive**, v. 16, n. 4, p. 253–264, 2017.

TÄUSCHER, Karl; LAUDIEN, Sven M. Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. **European Management Journal**, v. 36, n. 3, p. 319–329, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2017.06.005>

TRIPLEPUNDIT.COM. **The rise of sharing economy**. 1st. ed. Santa Clara: Papyrus, 2013.

VASKELAINEN, Taneli; MÜNZEL, Karla. The effect of institutional logics on business model development in the sharing economy: The case of german carsharing services.

**Academy of Management Discoveries**, v. 4, n. 3, p. 273–293, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amd.2016.0149%0ATHE>

WEBER, Thomas A. Product Pricing in a Peer-to-Peer Economy. **Journal of Management Information Systems**, [s. l.], v. 33, n. 2, p. 573–596, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/07421222.2016.1205933>

ZHU, Ge; SO, Kevin Kam Fung; HUDSON, Simon. Inside the sharing economy. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, [s. l.], v. 29, n. 9, p. 2218–2239, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2016-0496>