

## Motivações para os trabalhadores se engajarem na *Sharing Economy*: encontros, desencontros e proposta de uma abordagem bourdieusiana

Filipe Augusto Silveira de Souza<sup>1</sup>

Rodilon Teixeira<sup>2</sup>

Christian Kazuo Fuzyama<sup>3</sup>

Marcelo Jucá Quintão<sup>4</sup>

### Resumo

O presente artigo tem como objetivo compreender as motivações para o engajamento dos trabalhadores que atuam na *Sharing Economy* (Economia de Compartilhamento) identificadas na literatura científica. Para a concepção do *corpus* de análise realizou-se uma revisão da literatura, a partir de uma busca na base de dados *Web of Science* (WOS). Os achados deste estudo apontam para a existência de uma gama de motivações para a participação *sharing economy*. Verificou-se, ao longo da análise, que se trata de um tema multidisciplinar que, sobretudo no campo dos estudos organizacionais e da gestão, apresenta tendência a privilegiar as motivações de ordem intrínseca, ou seja, aquelas inerentes à atividade, e que tendem a valorizar aspectos como satisfação pessoal, relacionamento social e responsabilidade socioambiental. Em contraposição à abordagem dominante, que tende a privilegiar a agência, em detrimento de influências contextuais, propõe-se neste artigo a adoção da sociologia disposicional de Pierre Bourdieu para a investigação das motivações individuais para o engajamento na *sharing economy*. Enfatiza-se, portanto, a necessidade de se perseguir a integração das dimensões micro e macro de análise, característica central do arcabouço teórico-empírico do autor.

**Palavras-chave:** Economia de Compartilhamento; Economia *Gig*; Consumo Colaborativo; Motivação.

### Abstract

This article aims to understand the motivations for the engagement of workers in sharing economy identified in the scientific literature. For the conception of the corpus of analysis, a literature review that analyzed articles, based on a search in the Web of Science (WOS) database. The findings of this study point to the existence of a range of motivations for sharing economy participation. It was verified, throughout the analysis, that this is a multidisciplinary theme that, especially in the field of organizational studies and management, tends to privilege the intrinsic motivations, that is, those inherent to the activity itself, and that tend to value aspects such as personal satisfaction, social relationship, and social and environmental responsibility. In opposition to the dominant approach,

<sup>1</sup> FGV-EAESP (Fundação Getúlio Vargas - Escola de Administração de Empresas de São Paulo). E-mail: [filipe.souza@fgv.br](mailto:filipe.souza@fgv.br)

<sup>2</sup> Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

<sup>3</sup> Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

<sup>4</sup> Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

which tends to privilege the agency, to the detriment of contextual influences, this article proposes the adoption of Pierre Bourdieu's dispositional sociology for the investigation of individual motivations for engagement in the sharing economy. Thus, the need to pursue the integration of the micro and macro dimensions of analysis, a central characteristic of the theoretical-empirical framework of the author, is emphasized.

**Keywords:** Sharing economy; Gig economy; Collaborative consumption; Motivation.

## Introdução

Testemunhou-se, ao longo das últimas décadas, um conjunto de mudanças profundas nos sistemas de produção, trabalho e emprego, associado à intensificação dos processos de globalização, mobilidade do capital, reestruturação organizacional, desregulamentação econômica e inovação tecnológica (BARUCH; SZÚCS; GUNZ, 2015; TOMLINSON et al., 2018). No bojo dessas transformações significativas, destaca-se a emergência, nos últimos anos, do fenômeno da economia compartilhada (GAZZOLA et al., 2019), ou *sharing economy* (SE), entendida como ecossistemas socioeconômicos que permitem aos indivíduos, às organizações e ao governo compartilharem, redistribuírem, alugarem e doarem produtos, serviços, informações e talentos, usualmente por intermédio da mediação de uma plataforma tecnológica (HEINRICHS, 2013; LAAMANEN et al., 2018).

Impactos reais e potenciais, tanto do ponto de vista social quanto do ambiental e do econômico, vêm despertando o interesse de distintos campos disciplinares, como a antropologia (BELK, 2007, 2014), a sociologia (SCHOR et al., 2016), a ciência da informação (HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2016), o direito (TODOLÍ-SIGNES, 2017) e os estudos organizacionais e de gestão (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; PETICCA-HARRIS; DEGAMA; RAVISHANKAR, 2020). Neste último caso, a relevância atribuída ao fenômeno reflete-se na publicação de edições especiais de alguns dos mais renomados periódicos da área, como o *Academy of Management Discoveries* (LAAMANEN et al., 2018), o *Journal of Business Ethics* (ETTER; FIESELER; WHELAN, 2019), e o *Journal of Management Studies* (WANG et al., 2021).

Entre os principais temas abordados pelas múltiplas disciplinas estão os impactos econômicos, sociais e ambientais relacionados à emergência e ao desenvolvimento da SE (ETTER; FIESELER; WHELAN, 2019; MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017), bem como as motivações que levam os indivíduos a nela se engajarem (GAZZOLA et al., 2019; HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2016; PETICCA-HARRIS; DEGAMA; RAVISHANKAR, 2020). No tocante a este último aspecto, destacam-se os desafios atuais associados à necessidade de se compreender as motivações dos trabalhadores em contextos não tradicionais de trabalho, caracterizados pela ausência de mecanismos de supervisão e controle usuais (GAZZOLA et al., 2019).

Cabe observar, neste sentido, a polarização dos achados de pesquisas que buscam compreender as razões que levam os trabalhadores a se engajarem na SE: de um lado enfatizam-se as motivações intrínsecas (HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2016; PETRIGLIERI; ASHFORD; WRZESNIEWSKI, 2019; ROCKMANN; BALLINGER, 2017) e, do outro, as extrínsecas (ECKHARDT; BARDHI, 2015; PETICCA-HARRIS; DEGAMA; RAVISHANKAR, 2020). Tais resultados diferem, ao menos parcialmente, em decorrência de fatores distintos, a exemplo da natureza do serviço em questão (ANDREOTTI et al., 2017), do modelo de negócio (BEST, 2017) e da qualificação dos trabalhadores (CODAGNONE; ABADIE; BIAGI, 2016; KOST; FIESELER; WONG, 2020).

Dessa forma, para atingir o objetivo proposto, este artigo foi dividido em quatro partes, incluindo esta introdução. Em seguida são apresentadas considerações gerais que abarcam, em um primeiro momento, a emergência e o desenvolvimento dos temas da SE, bem como alguns debates e esforços de classificação inerentes à complexidade do fenômeno, para então abordar o tema das motivações para o engajamento dos trabalhadores, caracterizado pelo seu caráter controverso. No tocante a esse aspecto, apresenta-se, inicialmente e com base na revisão de literatura empreendida, um apanhado das razões propostas, tanto por usuários quanto por prestadores de serviços, para participar da SE, para, em seguida, introduzir a análise crítica da abordagem dominante, e a proposta de uma perspectiva alternativa. Por fim, são apresentadas as considerações finais do artigo.

### ***Sharing economy: considerações iniciais***

O compartilhamento (sharing), modalidade tradicional de distribuição de mercadorias, caracteriza-se por pessoalidade, altruísmo e ausência de expectativa de reciprocidade, e é usualmente praticado entre familiares e membros de uma mesma comunidade (BELK, 2007). Todavia, a emergência recente de novas formas de compartilhamento, viabilizadas pela disseminação de tecnologias digitais, contribuiu para a ressignificação do conceito. Entre as diferenças marcantes em relação à noção original, o novo ecossistema socioeconômico propicia o compartilhamento, a troca, o aluguel e a compra e venda de bens, serviços e informações entre estranhos situados próximos ou distantes um do outro (LAAMANEN et al., 2018).

Em curto período, numerosos negócios emergiram sob o manto da SE (PETICCA-HARRIS; DEGAMA; RAVISHANKAR, 2020) com a proposta de combinar, a um só tempo, conveniência, custos reduzidos, menos impactos ambientais e coesão social (BOTSMAN; ROGERS, 2010). O novo modelo socioeconômico propõe mudanças nas formas de trabalho, socialização, geração e distribuição de valor (KENNEY; ZYSMAN, 2016), tornando mais fluidas as fronteiras entre organizações, setores e indústrias, bem como entre fornecedores e consumidores (BAUER; GEGENHUBER, 2015; LAAMANEN et al., 2018).

O acelerado crescimento da SE guarda relação direta com o acirramento da competição em muitos setores econômicos tradicionais, como o hoteleiro e o automotivo (ECKHARDT; BARDHI, 2015), implicando a necessidade de os incumbentes promoverem mudanças, por vezes radicais, em seus modelos de negócio (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017). Por um lado, empresas líderes de indústrias maduras incorporam, em suas estratégias, princípios caros à SE (LAAMANEN et al., 2018), a exemplo da oferta de serviços de locação de automóveis, via plataforma digital, por players tradicionais como BMW e Peugeot; por outro, lançam-se no novo mercado via aquisição de concorrentes que atuam na SE, como atesta a compra da Zipcar pela Avis (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017).

O referido conjunto de ideias que, para alguns, se constitui em verdadeira ideologia (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; SCHOR; FITZMAURICE, 2015),

assentada sobre um “propósito coletivo ou o bem comum” (HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2016, p. 2048), surge como uma perspectiva alternativa interposta aos polos de ‘reparação’ e regulação crescente do ‘sistema’ existente e alternativas radicais à sociedade de mercado capitalista (HEINRICHS, 2013). Cabe destacar, ainda, o papel fundamental exercido pelo processo de intensificação do consumo (fast-fashion), no final dos anos 1990, para a estruturação de um mercado secundário de consumo robusto, base para o desenvolvimento da SE, sobretudo nos estágios iniciais (SCHOR; FITZMAURICE, 2015).

Ainda que neste artigo privilegie-se o entendimento da SE enquanto um modelo socioeconômico baseado na distribuição, onerosa ou gratuita, de produtos e serviços com vistas à otimização do uso de ativos tangíveis e intangíveis (GAZZOLA et al., 2019), reconhece-se a ambivalência do conceito. Para alguns, o compartilhamento é uma modalidade de distribuição alternativa às trocas mediadas pelo mercado, revestida de um caráter social, em vez de utilitário, e tradicionalmente realizada entre indivíduos com vínculos sociais próximos, a exemplo dos membros familiares (BELK, 2007; ECKHARDT; BARDHI, 2015). Contrapõe-se, assim, à propriedade privada, à impessoalidade e ao egoísmo, característicos do mercado tradicional (BELK, 2007), e propõe, como motivação subjacente ao ato de compartilhar, o interesse altruísta e o desejo de forjar relações sociais, em lugar das motivações de natureza econômica e de conveniência típicas dos consumidores (ECKHARDT; BARDHI, 2015); privilegia, assim, o capital social ao econômico.

Pensada inicialmente nos termos de uma ordem socioeconômica mais inclusiva, democrática e sustentável (BOTSMAN; ROGERS, 2010; ETTER; FIESELER; WHELAN, 2019), a SE evoluiu nos últimos anos rumo não só à crescente comercialização de produtos e serviços por intermédio de vultosas plataformas digitais que atuam como verdadeiros oligopólios, mas também à profissionalização daqueles que atuam no provimento de serviços variados (ANDREOTTI et al., 2017). Distancia-se, paulatinamente, de um modelo caracterizado por uma multiplicidade de iniciativas locais e de escala reduzida, tendentes a valorizar o acesso a bens e serviços em detrimento de sua propriedade, as relações de confiança e a reputação pessoal, e o consumo colaborativo (BEST, 2017). Em contrapartida, caminha-se, na visão de Murillo,

Buckland e Val (2017, p. 67), na direção de “nada mais que um tipo específico de capitalismo de plataforma que pode ser definido como um mercado de aluguel de ativos e serviços”; em outros termos, migra-se de uma alternativa pró-social ao mercado para um capitalismo com esteroides.

O debate conceitual torna-se ainda mais complexo ao se considerar a existência de múltiplos termos cujas definições equivalem, em vasta medida, à de SE. São diversas as nomenclaturas utilizadas nos meios de comunicação e em trabalhos acadêmicos, desde as mais difundidas, como consumo colaborativo (BOTSMAN; ROGERS, 2010), crowdsourcing (CODAGNONE; ABADIE; BIAGI, 2016; DENG; JOSHI; GALLIERS, 2016); e economia de plataforma (KENNEY; ZYSMAN, 2016), conceitos como economia sob demanda, economia Do It Yourself - DIY (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017), e em especial, modalidades que intermedeiam a oferta e demanda de trabalho, representados pela gig economy (JABAGI et al., 2019; PETRIGLIERI; ASHFORD; WRZESNIEWSKI, 2018) crowd work e work on-demand via apps (CARDON; CASILLI, 2015; DE STEFANO, 2015; KESSLER, 2015).

Com isso, verifica-se a concentração dessas expressões como formas inicialmente consideradas sob o guarda-chuva do termo SE, mas que se afastam posteriormente frente às diferenças conceituais seminais (VACLAVIK; ROCHA-DE-OLIVEIRA; OLTRAMARI, 2021). Entretanto, o uso dos termos sharing economy e gig economy como sinônimos fomentam uma confusão semântica e ofuscam a heterogeneidade do fenômeno, bem como suas distintas implicações práticas e teóricas, em que consideramos a GE com foco essencialmente sobre o âmbito do trabalho, um desdobramento da SE.

Neste sentido, gig economy, compreendida pela Organização Internacional do Trabalho (ILO, 2018) como “arranjos de trabalho pouco estruturados, mediados por plataformas de internet”, abrange as discussões sobre o trabalho executado pelos prestadores de serviços enquadrados no contexto da SE. Assim, abordam a intermediação de trabalhadores, em que múltiplas designações são adotadas para se referir aos prestadores de serviço que nela atuam, como on-demand workers, gig workers (KUHN; MALEKI, 2017), crowdworkers (DENG; JOSHI; GALLIERS, 2016), motoristas parceiros (HALL; KRUEGER, 2018), empreendedores (SUNDARARAJAN, 2014), agentes (GURVICH; LARIVIERE; MORENO, 2019), micro-entrepreneurs, gigs,

contractors, on-demand workers, freelancers e, ainda, lumpen-cognitariat (proletário qualificado) e salariat algorithmique (CODAGNONE; ABADIE; BIAGI, 2016).

Apesar dessa diversidade de nomes, Kuhn e Maleki (2017) consideram que nenhum termo é adequado para se referir à totalidade dos trabalhadores das diversas plataformas, corroborando a inexistência de clareza no emprego dos termos para representar corretamente a relação de trabalho entre empresa e prestador do serviço, o que pode gerar dúvidas e imprecisões (MACDONALD; GIAZITZOGLU, 2019).

Desta forma, no presente trabalho, apesar do entendimento que existem distinções entre SE e GE, utilizaremos sharing economy como um termo guarda-chuva que abarcou as distintas denominações mencionadas para retratar os indivíduos envolvidos nesta dinâmica de trabalho. Optamos por este caminho por entendermos alinhar-se ao cenário que observamos no escopo de análise deste campo de estudo. Ademais, para designar as pessoas que se engajaram nas ocupações de SE adotamos os termos “trabalhadores”, “provedores” e “prestadores de serviços” (ALLON; BASSAMBOO; ÇIL, 2012).

Tomando por base revisões de literatura que investigaram os temas mais frequentes nas pesquisas acerca da SE (CHENG; ZHU; FU, 2016; CODAGNONE; ABADIE; BIAGI, 2016), constata-se que os três temas mais frequentes foram: motivações e barreiras, impactos econômicos, regulação e impacto na sociedade, associados, respectivamente, às dimensões meio ambiente, mercado e política (TRABUCCHI; MUZELLEC; RONTEAU, 2019), 2019). Entre esses temas, privilegia-se neste estudo o que diz respeito às motivações subjacentes ao engajamento dos indivíduos na SE, aprofundado posteriormente em tópico específico.

## **Metodologia**

O processo de investigação sobre os estudos que tratam das motivações dos indivíduos para participar da SE iniciou-se a partir da concepção do corpus de análise, gerado através da coleta de dados nas bases de artigos Web of Science (WOS), em março de 2020. Utilizamos como critérios de busca as

palavras-chave: “sharing economy”, “gig economy”, e “motivation”. A pesquisa resultou em um total de trezentos e quarenta e nove artigos.

Dessa forma, ao restringir a pesquisa às categorias disciplinares management, business, sociology, psychology applied, psychology multidisciplinar e ethics, implicou a redução do corpus para cento e dezessete artigos. Após a leitura dos resumos e a priorização de pesquisas que privilegiaram tanto os debates relacionados à motivação de usuários que atuam como trabalhadores na SE, obteve-se um total de sessenta e seis artigos.

Com base na leitura do corpus selecionado foram analisados e destacados os aspectos que tratavam, em especial, das relações de trabalho e as motivações para engajamento na SE, que passamos a apresentar na seção seguinte.

### ***Sharing economy: motivações***

Cabe observar, inicialmente, que com o crescimento do fenômeno da SE, diversas pesquisas buscaram compreender as motivações do engajamento dos indivíduos a ela, tanto do ponto de vista dos consumidores (TRABUCCHI; MUZELLEC; RONTEAU, 2019), quanto da perspectiva dos provedores desses serviços (BELLOTTI et al., 2015; BÖCKER; MEELEN, 2017; BUCHER; FIESELER; LUTZ, 2016).

As motivações principais para o engajamento de ambos os grupos orbitam em torno de questões de ordem ecológica (sustentabilidade ambiental), decorrentes sobretudo do compartilhamento de recursos ociosos (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017), social e hedônica (BUCHER; FIESELER; LUTZ, 2016; LEE et al., 2018). Além disso, exemplo de motivos altruístas (EL FIKRI et al., 2019; GLEIM; JOHNSON; LAWSON, 2019), e econômicos (BELLOTTI et al., 2015; BÖCKER; MEELEN, 2017; DRAHOKOUPIL; PIASNA, 2019; GANDHI et al., 2018; JOSSERAND; KAINE, 2019; ROSENBLAT, 2016).

Outros aspectos usualmente destacados dizem respeito aos níveis superiores de flexibilidade e autonomia, bem como da oferta de oportunidades empreendedoras possibilitadas por algumas das atividades pertencentes à SE (RAVENELLE, 2019; WIRTZ et al., 2019). Por fim, não há como fugir à



valorização de aspectos intrínsecos associados, por exemplo, à autodeterminação (DECI; RYAN, 2000), ao autoplanejamento (GANDHI et al., 2018) e à satisfação pessoal (PETRIGLIERI; ASHFORD; WRZESNIEWSKI, 2019).

Apresenta-se, a seguir, um aprofundamento do debate em torno das motivações que levam os indivíduos a participarem da SE. Parte-se de uma abordagem mais macro, em que são analisadas as motivações individuais de ingresso, independentemente do setor de atividade e de características sociodemográficas, rumo a investigações que abordam os níveis meso (organizacional) e micro (individual) de análise.

### **As múltiplas razões para o engajamento na SE: encontros e desencontros**

As motivações alegadas para o engajamento na SE guardam, em larga medida, paralelo com os pressupostos a ela subjacentes em sua fase inicial: consumo consciente (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017), social e ambientalmente responsável (LEE et al., 2018; SEDIGHI et al., 2016), bem como a valorização do convívio social, e a satisfação e o bem-estar individuais (BUCHER; FIESELER; LUTZ, 2016). De fato, muitas plataformas são estruturadas segundo os princípios que valorizam o livre acesso e a igualdade de oportunidades e, assim, buscam promover um convívio democrático em um ambiente socialmente coeso. Nesse sentido, observou-se, que serviços que enfatizam o compartilhamento não monetizado dos recursos tendem a atrair indivíduos com motivações de ordem social e ambiental em vez de econômicas (SCHOR et al., 2016).

Contudo, é constante na literatura a presença de pesquisas que tendem a sublinhar a existência de motivações de ordem material e financeira (BELLOTTI et al., 2015; GLEIM; JOHNSON; LAWSON, 2019), como a busca de renda extra e poupança (BUCHER; FIESELER; LUTZ, 2016; GANDHI et al., 2018), a necessidade de segurança financeira devido às incertezas (HALL; KRUEGER, 2018), a monetização de recursos ociosos (WIRTZ et al., 2019), a oportunidade de sustento em momentos de transição entre carreiras (PETICCA-HARRIS; DEGAMA; RAVISHANKAR, 2020; ROSENBLAT, 2016) e, ainda, a obtenção da renda principal (DOUCETTE; BRADFORD, 2019; WOOD et al.,

2019). Não raro, muitos pesquisadores percebem a ênfase na monetização e na lucratividade como um aspecto arbitrário, quiçá negativo (GLEIM; JOHNSON; LAWSON, 2019), característico de determinados grupos de prestadores de serviços (BÖCKER; MEELEN, 2017).

Os distintos modelos de negócio adotados pelas plataformas, a exemplo dos distintos mecanismos de controle e da dinâmica concorrencial promovida entre os participantes, também exercem influência sobre as motivações dos usuários (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017). Assim, mesmo que a atividade seja similar, como é o caso da Uber (alto controle e alta concorrência) e da *BlaBlaCar* (baixo controle e baixa concorrência), que se dedicam ao compartilhamento de automóveis, os distintos modelos de negócio tendem a implicar motivações distintas dos usuários.

Entre as pesquisas que investigam as motivações para o ingresso na SE, são recorrentes as que privilegiam como objeto de estudo usuários de plataformas de intermediação de trabalhadores com altos níveis de controle e concorrência, como Uber e Lyft, sobretudo os prestadores de serviço: motoristas profissionais ou não (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017).

As principais motivações alegadas pelos motoristas de Uber relacionam-se à flexibilidade de horários e à autonomia, às motivações de ordem financeira (HALL; KRUEGER, 2018; ROSENBLAT, 2016) e, também, a um sentimento de liberdade empreendedora (WIRTZ et al., 2019). Também foram consideradas motivações relacionadas a altruísmo, prazer e interação social (EL FIKRI et al., 2019), geralmente relacionadas aos prestadores de serviço em tempo parcial (WU; LI, 2019). Portanto, observou-se que as motivações dos provedores desses serviços variam consideravelmente em função do tempo dedicado ao trabalho e da dependência da renda desse serviço para sua sobrevivência (PETICCA-HARRIS; DEGAMA; RAVISHANKAR, 2020; ROSENBLAT, 2016; WU; LI, 2019).

Similarmente, serviços como *CouchSurfing* e o *Airbnb*, ainda que lidem com o compartilhamento de acomodações (BÖCKER; MEELEN, 2017), possuem modelos de negócio distintos e, conseqüentemente, atraem provedores com motivações diversas, voltadas, respectivamente, para o convívio social e o retorno econômico (BELLOTTI et al., 2015).

No tocante a plataformas como *TaskRabbit*, *Deliveroo*, *Mechanical Turk* e *Upwork*, em que os modelos de negócio também se caracterizam por um rígido controle de plataformas e algoritmos, e os serviços prestados variam da realização de trabalhos qualificados a tarefas pontuais rotineiras (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017), notam-se motivações de naturezas distintas: monetária, moral e social-hedônica (BUCHER; FIESELER; LUTZ, 2016). Valorizam-se, igualmente, a facilidade no ingresso (DRAHOKOUPIL; PIASNA, 2019) e a flexibilidade da rotina de trabalho (DOUCETTE; BRADFORD, 2019).

Em se tratando de modelos de negócio caracterizados por baixos níveis de controle e de concorrência, Rockmann e Ballinger (2017) verificaram que prestadores de serviço altamente qualificados são motivados majoritariamente por fatores intrínsecos (aprendizado, satisfação e sucesso). Plataformas de setores distintos como *BlaBlaCar* (compartilhamento de carona de longa distância), *CouchSurfing* (prestação de serviço de hospitalidade), *Kitchensurfing* (prestação de serviço de alta culinária) (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017), e *Sharetribe* (plataforma de consumo e compartilhamento colaborativo), igualmente caracterizadas por menores níveis de controle e concorrência, encontram-se igualmente associadas à dominância de motivações intrínsecas dos usuários, relacionadas a aspectos como sustentabilidade, hedonismo e reputação (HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2016). Nota-se, ao fim e ao cabo, indícios da existência de uma relação entre os níveis de controle e de concorrência das plataformas e a motivação dos prestadores de serviço, em que mais controle e concorrência tendem a corresponder a menos motivação intrínseca e a um maior nível de motivação extrínseca.

As motivações de trabalhadores da SE também são influenciadas pelo nível de conhecimento técnico dos usuários, percebido como uma vantagem que impulsiona a mobilidade profissional (GANDHI et al., 2018) e a inserção em setores de atividades que demandam habilidades (CHURCHILL; CRAIG, 2019) específicas, como o domínio em línguas estrangeiras e em tecnologia (CHURCHILL; CRAIG, 2019; HOANG; BLANK; QUAN-HAASE, 2020). As credenciais educacionais e profissionais influenciam não só o tipo de serviço escolhido, como também os retornos obtidos, geralmente acima da média para indivíduos com diploma universitário que, em muitos dos casos, a despeito de

possuírem outros empregos, estão em busca de novas fontes de renda (HOANG; BLANK; QUAN-HAASE, 2020).

Além do nível educacional, outras características demográficas, como o gênero, contribuem tanto para a segregação ocupacional no interior da SE quanto para as distintas motivações para nela se engajar. De acordo com Churchill e Craig (2019), as tarefas prestadas presencialmente são, em sua maioria, exercidas por indivíduos do sexo masculino, ao passo que os serviços exercidos remotamente são na maior parte dos casos realizados por mulheres, o que implica, potencialmente, distintas motivações. A referida divisão sexual do trabalho impacta diretamente a renda dos envolvidos, não só em virtude do tipo de serviço prestado pelas mulheres, geralmente menos valorizado, mas também pelo menor tempo que usualmente dedicam a ele em virtude da necessidade de equilibrar as demandas profissionais e familiares (CHURCHILL; CRAIG, 2019).

Doucette e Bradford (2019) relatam, adicionalmente, que as mulheres que trabalham em plataformas digitais tendem a obter remunerações inferiores em comparação às dos homens, ainda que executem funções similares. Em muitos casos, as motivações subjacentes à inserção das mulheres na SE está associada ao sexismo prevalente no mercado de trabalho tradicional (CHURCHILL; CRAIG, 2019). A inserção de muitas mulheres nesse mercado, ainda que em regime parcial, também tem forte relação com a insegurança percebida em seus empregos tradicionais; assim, o trabalho em uma plataforma emerge como uma espécie de garantia ou proteção diante da instabilidade percebida na ocupação principal (BROUGHTON et al., 2018; DOUCETTE; BRADFORD, 2019).

Outro fator relevante que impacta as motivações dos indivíduos para se engajar na SE é a sua classe social (ANDREOTTI et al., 2017). Como regra geral, indivíduos dos estratos inferiores tendem geralmente a prestar os serviços para os quais são contratados presencialmente, bem como a possuir motivações majoritariamente econômicas; já as pessoas mais qualificadas tendem a prestar serviços on-line e a buscar, além do retorno financeiro, a ampliação do seu leque de conhecimentos (HOANG; BLANK; QUAN-HAASE, 2020).

As promessas dirigidas aos potenciais prestadores de serviço pelas organizações que atuam na SE revestem-se geralmente de um otimismo associado à geração de novas oportunidades de trabalho e de renda,

caracterizadas por altos níveis de autonomia e flexibilidade. Entretanto, para autores como Schor e Attwood-Charles (2017), à pretensa abertura propagandeada pelas organizações que atuam na SE opõem-se inúmeras barreiras de entrada nos distintos setores de atividades, cujo resultado é a segmentação dos trabalhadores conforme a classe social, o gênero e a raça. Em outros termos, não só os ganhos, como também as condições de trabalho variarão com esses marcadores sociais, o que implica, na visão desses autores, a contribuição da SE para o aprofundamento dos níveis de desigualdade social.

Nesta seção, ainda que inicialmente se tenha privilegiado uma leitura mais homogeneizadora das motivações subjacentes à participação na SE, pouco a pouco foram sendo introduzidos aspectos contextuais como nível de qualificação, classe social e gênero, o que contribuiu para a segmentação não só dos usuários, como também de suas motivações. De um lado, situam-se grupos periféricos que enfrentam distintas barreiras de entrada, que em muitos dos casos privilegiam o fator econômico, ou seja, a geração de renda através da venda da sua força de trabalho; de outro lado, encontra-se um grupo composto por indivíduos dos estratos médios e superiores no tocante aos volumes de capital, tanto cultural (qualificação educacional e profissional) quanto econômico (bens e direitos), que parece desfrutar dos benefícios e promessas alardeados pela SE, e relacionados às motivações intrínsecas dos indivíduos.

### **Motivações para participar da SE: uma leitura alternativa**

Com base em um processo de revisão de literatura sobre estudos que investigaram as motivações apresentadas pelos trabalhadores para a participação na SE, defendemos a necessidade de ampliação do escopo analítico, com vista a abarcar os distintos contextos que atuam como condicionantes das motivações individuais. Além disso, buscamos ressaltar e distinguir as motivações de trabalhadores dentro dos estudos da SE, problematizando a caracterização homogeneizadora das motivações, cuja distinção entre os termos não estava evidente.

A investigação precedente aponta para a existência de uma gama de motivações para a participação na SE, relacionada a fatores como a natureza da atividade, o modelo de negócio, o nível de qualificação dos usuários e

características sociodemográficas, como classe social, gênero e raça. Todavia, é possível verificar, sobretudo no campo dos estudos organizacionais e da gestão, uma tendência a privilegiar as motivações intrínsecas, ou seja, aquelas inerentes à atividade em si, traduzidas na sobrevalorização de razões de cunho social e ambiental.

Uma possível explicação para esse estado de coisas reside na utilização de múltiplas teorias motivacionais para a investigação das razões que levam os indivíduos a se engajarem na SE, com destaque para a dominância exercida pela *Self-Determination Theory* - SDT (DECI; RYAN, 2000). Em linha com teorias precedentes, ela propõe a existência de duas formas primárias de motivação: extrínseca e intrínseca, a primeira associada a pressões externas (recompensas e punições tangíveis) bem como à internalização de valores e normas sociais, e a segunda relacionada com o interesse e a satisfação intrínsecos à realização de determinada atividade (JABAGI et al., 2019).

Essa abordagem inova, todavia, ao propor a disposição das distintas motivações em um *continuum* no qual em um dos extremos situa-se a amotivação, ou ausência de motivação (situação em que não há intencionalidade), e no outro a motivação intrínseca, caso prototípico de autonomia individual. Entre esses polos situam-se, em ordem decrescente de controle externo, as diferentes modalidades de motivação extrínseca, das recompensas e/ou punições tangíveis (regulação externa) aos diferentes processos de internalização de valores e regras sociais (introjeção, identificação e integração), relacionados a níveis de coerência diversos entre tais valores e os sistemas de valores individuais (GAGNÉ; DECI, 2005).

Para os proponentes da SDT, a motivação pode ser subdividida em autônoma (intrínseca e extrínseca integradas) e controlada (extrínsecas externa, introjetada e identificada), sendo o primeiro grupo associado à criatividade, à aprendizagem e à melhoria do bem-estar psicológico individual. Em contrapartida, motivadores externos, como recompensas financeiras e reconhecimento social, mostram-se, segundo Jabagi *et al.* (2019), incapazes de alterar atitudes subjacentes a padrões comportamentais e de promover um comprometimento duradouro com dado conjunto de valores, podendo ainda, a um só tempo, reduzir a autonomia e promover o oportunismo individual.

A teoria propõe igualmente a existência de três necessidades básicas universais (competência, relacionamento e autonomia), que se caracterizam por serem inatas em vez de adquiridas (ROCKMANN; BALLINGER, 2017). Cabe observar que a promoção de um ambiente organizacional capaz de satisfazer as referidas necessidades, aliada a uma orientação individual autônoma, ou seja, tendente à autodeterminação, à alta autoestima, ao desenvolvimento de relacionamentos satisfatórios e à autoeficácia (JABAGI et al., 2019), relaciona-se diretamente com a motivação autônoma (GAGNÉ; DECI, 2005).

Segundo alguns autores, a participação na SE (PETRIGLIERI; ASHFORD; WRZESNIEWSKI, 2019, 2018) pode ser interpretada como uma oportunidade de os indivíduos satisfazerem eventuais necessidades não atendidas no âmbito do trabalho tradicional. Podem, assim, “esculpir suas carreiras, com vistas a satisfazer necessidades pessoais não satisfeitas pelo trabalho atual, ou quem sabe insatisfeitas em virtude da aposentadoria ou do desemprego” (ROCKMANN; BALLINGER, 2017, p. 24).

Assim, com vistas a lidar com a realidade paradoxal inerente à natureza do trabalho independente (*freelancer*), que combina de um lado flexibilidade e autonomia e, de outro, ansiedades de ordem pessoal, social e econômica, os indivíduos que prosperam no novo modelo econômico precisam empreender estratégias que consistem em “cultivar quatro tipos de conexões – em relação a lugar, rotinas, propósito, e pessoas” (PETRIGLIERI; ASHFORD; WRZESNIEWSKI, 2018, p. 41). Nas palavras desses autores:

Desvinculadas dos gestores e das normas corporativas, as pessoas podem escolher projetos que aproveitem ao máximo seus talentos e reflitam seus verdadeiros interesses. Eles sentem-se proprietários sobre o que produzem e sobre toda a sua vida profissional (PETRIGLIERI; ASHFORD; WRZESNIEWSKI, 2018, p. 41).

Valorizam-se, portanto, a agência e o contexto organizacional em detrimento do reconhecimento da influência que aspectos como origem social, cultura, gênero e raça podem exercer sobre a motivação individual para a participação na SE. Ainda que se reconheça a relação contingente entre tal motivação e a natureza do serviço e das características sociodemográficas dos indivíduos (HELLWIG et al., 2015), é importante reconhecer que a participação na SE não se restringe a tais aspectos, mas envolve igualmente todo um

conjunto de valores e atitudes variável com o meio social (ANDREOTTI et al., 2017). Demanda-se, portanto, uma perspectiva de análise que dirija o olhar para além dos níveis micro (individual) e meso (organizacional) de análise, com vistas a abarcar aspectos de ordem macro (estrutural) que possibilitem a reflexão e a investigação das condicionantes de natureza socioeconômica e cultural sobre as ações, os pensamentos e os julgamentos individuais.

Propõe-se, neste artigo, em linha com autores como Andreotti *et al.* (2017) e Schor *et al.* (2016), a adequação da sociologia disposicional de Pierre Bourdieu (1996) como lente teórica alternativa à abordagem individualista usualmente mobilizada para a compreensão das motivações que levam os indivíduos a se juntarem à SE. Fundamental para a compreensão do arcabouço teórico proposto pelo autor é a tríade conceitual composta pelas noções de espaço social/campo, capital e *habitus*. Uma forma de se compreender a relação entre tais conceitos é através da representação de três espaços distintos e sobrepostos em que a dimensão macro representa o espaço social, cujas posições representam distintas combinações de volume e estrutura de capital – econômico e cultural. Já o nível micro de análise corresponde às práticas e propriedades que constituem cada um dos distintos estilos de vida, ou gostos, enquanto no terreno intermediário situa-se o espaço do *habitus*, ou seja, “das fórmulas geradoras [...] que se encontram na origem de cada uma das classes de práticas e propriedades” (BOURDIEU, 2013, p. 116).

Em flagrante oposição a teorias motivacionais como a SDT, a perspectiva avançada por Bourdieu (1996) atribui centralidade ao conflito, como se depreende do fato de os campos especializados e o espaço social serem representados “pela posição dos diferentes atores em relação aos outros através de uma matriz de poder” (ÖZBILGIN; TATLI, 2011, p. 1233). De forma similar, o conceito de capital é associado às armas mobilizadas pelos atores para melhorar ou manter a sua posição no campo. São três as modalidades principais de capital: econômico (bens e direitos conversíveis em dinheiro), cultural (bens culturais e disposições que propiciem sua apreciação e, ainda, diplomas e certificações) e social (redes de relacionamentos capazes de rentabilizar os demais tipos de capital). Igualmente importante é o conceito de capital simbólico, associado a prestígio e fama, que pode ser compreendido como forma legitimada e intransparente das demais formas de poder (BOURDIEU, 1996).



Uma aplicação desse arcabouço ao tema em análise é proposta por Schor *et al.* (2016), que, a partir da observação participante e de entrevistas com membros de quatro iniciativas da SE, verificaram que a despeito de todos eles defenderem princípios éticos relativos, por exemplo, à igualdade de oportunidades e de acesso, um olhar mais próximo se mostrou capaz de evidenciar práticas distintivas cuja consequência foi a segregação dos participantes conforme o volume de capital cultural. O potencial transbordamento para tais contextos de práticas discriminatórias usuais nos mercados tradicionais, bem como a homogeneização em termos de classe, raça e gênero verificada nas redes que suportam tais iniciativas, são dois dos fatores que contribuem, na visão dos autores, para a existência de um paradoxo que combina o ideal de igualdade e de abertura para o outro com práticas distintivas, fundamentadas em gostos diversos.

Bardhi e Eckhardt (2012), em um estudo que buscou compreender as motivações subjacentes ao compartilhamento de veículos, concluíram não só pela dominância de razões instrumentais por parte dos usuários, como também pela distinção simbólica que atribuem a sua participação, tida como social e ambientalmente responsável. Dessa forma, a adesão contemporânea dos indivíduos das classes privilegiadas à SE pode ser interpretada como resultado do desenvolvimento de uma preferência de consumo distintiva (SCHOR; FITZMAURICE, 2015).

Assim, o consumo das classes privilegiadas na SE, nesse caso, fundamenta-se em um diferencial de *status*, aproximando-se da noção de consumo conspícuo. Não se confunde, portanto, com o tradicional engajamento das classes populares às práticas de compartilhamento, associadas geralmente à necessidade de sobrevivência.

### **Considerações finais**

O presente artigo retrata a complexidade característica da SE, reflexo, entre outros aspectos, da natureza das relações estabelecidas entre os pares, por vezes onerosa, outras gratuita (SCHOR; FITZMAURICE, 2015), dos distintos modelos de negócio adotados pelas organizações que a compõem (CONSTANTIOU; MARTON; TUUNAINEN, 2017), e dos múltiplos setores de

atividade que abriga em seu interior (WIRTZ et al., 2019). Sistema socioeconômico que colabora para o embaçamento das fronteiras entre real e virtual, autônomo e empregado, e fornecedor e cliente (LAAMANEN et al., 2018), a SE vem atraindo o interesse crescente de acadêmicos de múltiplos campos disciplinares, com destaque para o campo dos estudos organizacionais e da gestão (ETTER; FIESELER; WHELAN, 2019).

Entre os focos de pesquisa privilegiados está a investigação em torno das motivações que levam os indivíduos a se engajarem na SE, que tendem a se enquadrar em um *continuum* que interliga motivações intrínsecas e extrínsecas e, portanto, benefícios monetários e não monetários (GAZZOLA et al., 2019). Entre as diversas motivações alegadas pelos usuários, destacam-se três grandes grupos, dos quais dois deles tendem a refletir as motivações tradicionalmente associadas à SE, ou seja, a redução do impacto ecológico e a construção/fortalecimento das redes de conexão social (BOTSMAN; ROGERS, 2010). Em terceiro lugar, ainda que julgada prevalente por alguns (SCHOR; ATTWOOD-CHARLES, 2017), estão as motivações de natureza econômica, sob a forma tanto de maior valor agregado para os clientes, quanto de geração de oportunidades para os prestadores de serviço (MURILLO; BUCKLAND; VAL, 2017; SCHOR et al., 2016).

É possível notar, especialmente em relação aos estudos organizacionais e da gestão, uma tendência de se privilegiar as motivações intrínsecas e, portanto, a agência individual (PETRIGLIERI; ASHFORD; WRZESNIEWSKI, 2018; ROCKMANN; BALLINGER, 2017). Atribui-se, portanto, menor relevância às condicionantes ambientais, a exemplo de aspectos sociodemográficos, como classe social, gênero e raça, bem como a outros aspectos contextuais como a cultura (ANDREOTTI et al., 2017). Em oposição a tal quadro, defende-se, neste artigo, a necessidade de valorização da adoção, para a investigação das motivações individuais para participação na SE, de um arcabouço teórico-empírico que se mostre capaz de articular as dimensões micro e macro de análise. Para tanto recorreu-se à sociologia disposicional de Bourdieu (1996).

No âmbito da revisão de literatura que serviu de base a esta pesquisa, foram poucos os artigos que adotaram o arcabouço bourdieusiano (SCHOR et al., 2016). Entretanto, quando esses estudos o fizeram tenderam a investigar as estratégias de distinção social mobilizadas pelos usuários, especialmente de

plataformas caracterizadas pela inexistência de intermediação financeira, e a sua associação com práticas discriminatórias e desigualdade social.

Abre-se, portanto, um vasto potencial de pesquisa orientada à investigação, a partir da teoria da prática (BOURDIEU, 1996), das motivações para a participação em plataformas de intermediação de mão de obra. As possibilidades de emprego dessa abordagem podem se diversificar nos distintos tipos de atividades, tanto qualificadas (*UPWORK* e *Freelancer*) quanto não qualificadas (*Handy*, *Getmaid* e *Task Rabbit*), bem como em plataformas que atuam no *delivery* de produtos, cujas barreiras à participação relacionam-se, potencialmente, com os diferentes volumes de capital econômico e cultural dos indivíduos.

Adicionalmente à compreensão das distintas motivações para se engajar nas diferentes plataformas, variáveis a depender das barreiras demandadas para o ingresso em termos das múltiplas modalidades de capital, abre-se uma avenida de pesquisa adicional, referente à investigação das eventuais diferenças motivacionais que levam os indivíduos das diferentes classes, ou frações de classe, a participarem de uma mesma plataforma.

O interesse de pesquisa nas plataformas de intermediação de mão de obra justifica-se, especialmente, pela posição central que ocupam no conjunto de mudanças que atingem o mundo do trabalho, associadas ao intenso processo de flexibilização da produção e das relações de emprego. Contudo, o foco privilegiado pelos autores deste artigo em nada diminui a aplicabilidade do arcabouço teórico proposto às demais atividades abrigadas sob a nomenclatura SE, inclusive com o direcionamento do foco para as motivações dos consumidores em vez das dos provedores de serviço.

## Referências

ALLON, G.; BASSAMBOO, A.; ÇIL, E. B. Large-Scale Service Marketplaces: the role of the moderating firm. *Management Science*, v. 58, n. 10, p. 1854–1872, out. 2012.

ANDREOTTI, A. et al. Participation in the Sharing Economy. *SSRN Electronic Journal*, p. 1–40, 2017.

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-based consumption: the case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, v. 39, n. 4, p. 881–898, 1 dez. 2012.

BARUCH, Y.; SZÚCS, N.; GUNZ, H. Career studies in search of theory: the rise and rise of concepts. *Career Development International*, v. 20, n. 1, p. 3–20, 9 fev. 2015.

BAUER, R. M.; GEGENHUBER, T. Crowdsourcing: Global search and the twisted roles of consumers and producers. *Organization*, v. 22, n. 5, p. 661–681, 25 set. 2015.

BELK, R. Why not share rather than own? *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, v. 611, n. 1, p. 126–140, 8 maio 2007.

BELK, R. Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0. *The Anthropologist*, v. 18, n. 1, p. 7–23, 17 jul. 2014.

BELLOTTI, V. et al. A muddle of models of motivation for using peer-to-peer economy systems. Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '15. *Anais...*New York, New York, USA: ACM Press, 2015

BEST, S. The U.S. gig economy: economic imposition or economic choice? *The Business and Management Review*, v. 8, n. 4, p. 60–67, 2017.

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, jun. 2017.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption*. New York: Harper Collins, 2010.

BOURDIEU, P. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. In: 11<sup>a</sup> ed. ed. Campinas - SP: Papirus Editora, 1996. p. 224.

BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Editora Zouk, 2013.

BROUGHTON, A. et al. The experiences of individuals in the gig economy. *Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS)*, n. February, p. 108, 2018.

BUCHER, E.; FIESELER, C.; LUTZ, C. What's mine is yours (for a nominal fee) – exploring the spectrum of utilitarian to altruistic motives for internet-mediated sharing. *Computers in Human Behavior*, v. 62, p. 316–326, set. 2016.

CARDON, D.; CASILLI, A. A. *Qu'est-ce que le digital labor?* Paris: INA Éditions, 2015.

CHENG, X.; ZHU, R.; FU, S. Modeling the motivation of users' sharing option: a case study based on a car-sharing digital platform. WHICEB 2016 Proceedings. *Anais...*2016

CHURCHILL, B.; CRAIG, L. Gender in the gig economy: Men and women using digital platforms to secure work in Australia. *Journal of Sociology*, v. 55, n. 4, p. 741–761, 16 dez. 2019.

CODAGNONE, C.; ABADIE, F.; BIAGI, F. The future of work in the “sharing economy”. Market efficiency and equitable opportunities or unfair precarisation? *Institute for Prospective Technological Studies, Science for Policy report by the Joint Research Centre*, p. 96, 2016.

CONSTANTIOU, I.; MARTON, A.; TUUNAINEN, V. K. Four models of sharing economy platforms. *MIS Quarterly Executive*, v. 16, n. 4, p. 236–251, 2017.

DE STEFANO, V. The rise of the “just-in-time workforce”: on-demand work, crowd work and labour protection in the “gig-economy”. *Comparative labor law and policy journal*, v. 37, n. 3, p. 461–471, 2015.

DECI, E. L.; RYAN, R. M. The “what” and “why” of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, v. 11, n. 4, p. 227–268, 2000.

DENG, X.; JOSHI, K. D.; GALLIERS, R. D. The duality of empowerment and marginalization in microtask crowdsourcing: giving voice to the less powerful through value sensitive design. *Mis Quarterly*, v. 40, n. 2, p. 279–302, 7 out. 2016.

DOUCETTE, M. H.; BRADFORD, W. D. Dual Job Holding and the Gig Economy: Allocation of Effort across Primary and Gig Jobs. *Southern Economic Journal*, v. 85, n. 4, p. 1217–1242, 5 abr. 2019.

DRAHOKOUPIL, J.; PIASNA, A. Work in the Platform Economy: Deliveroo Riders in Belgium and the SMart Arrangement. *SSRN Electronic Journal*, 2019.

ECKHARDT, G. M.; BARDHI, F. The sharing economy isn’t about sharing at all. *Harvard Business Review*, n. January, p. 1- 3., 2015.

EL FIKRI, I. et al. The Motivations to Engage in Sharing Economy: A Case Study of Uber Morocco. *International Journal of Business and Administrative Studies*, v. 5, n. 5, p. 272–281, 26 out. 2019.

ETTER, M.; FIESELER, C.; WHELAN, G. Sharing Economy, Sharing Responsibility? Corporate Social Responsibility in the Digital Age. *Journal of Business Ethics*, v. 159, n. 4, p. 935–942, 26 jun. 2019.

GAGNÉ, M.; DECI, E. L. Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, v. 26, n. January, p. 331–362, 2005.

GANDHI, A. et al. Exploring people’s intention to become platform-based gig workers : an empirical qualitative study. International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI). *Anais...ICITSI*, out. 2018

GAZZOLA, P. et al. Users' motivations to participate in the sharing economy: moving from profits toward sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, v. 26, n. 4, p. 741–751, jul. 2019.

GLEIM, M. R.; JOHNSON, C. M.; LAWSON, S. J. Sharers and sellers: a multi-group examination of gig economy workers' perceptions. *Journal of Business Research*, v. 98, n. June 2018, p. 142–152, maio 2019.

GURVICH, I.; LARIVIERE, M.; MORENO, A. Operations in the on-demand economy: staffing services with self-scheduling capacity. In: *Sharing economy: making supply meet demand*. Cham: Springer, 2019. p. 249–278.

HALL, J. V.; KRUEGER, A. B. An analysis of the labor market for Uber's driver-partners in the United States. *ILR Review*, v. 71, n. 3, p. 705–732, 29 maio 2018.

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, set. 2016.

HEINRICH, H. Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society*, v. 22, n. 4, p. 228–231, 2013.

HELLWIG, K. et al. Exploring different types of sharing: a proposed segmentation of the market for "sharing" businesses. *Psychology & Marketing*, v. 32, n. 9, p. 891–906, set. 2015.

HOANG, L.; BLANK, G.; QUAN-HAASE, A. The winners and the losers of the platform economy: who participates? *Information Communication and Society*, v. 4462, 2020.

ILO. Conceptual framework for statistics on work relationships. 20th International Conference of Labour Statisticians. *Anais...*Geneva: International Labour Office, 2018

JABAGI, N. et al. Gig-workers' motivation: thinking beyond carrots and sticks. *Journal of Managerial Psychology*, v. 34, n. 4, p. 192–213, 2019.

JOSSERAND, E.; KAINE, S. Different directions or the same route? The varied identities of ride-share drivers. *Journal of Industrial Relations*, v. 61, n. 4, p. 549–573, 9 set. 2019.

KENNEY, M.; ZYSMAN, J. The rise of the platform economy. *Issues in science and technology*, v. 32, n. 3, p. 61, 2016.

KESSLER, S. *The Gig Economy won't last because it's being sued to death*. Disponível em: <<https://www.fastcompany.com/3042248/the-gig-economy-wont-last-because-its-being-sued-to-death>>. Acesso em: 22 abr. 2020.

KOST, D.; FIESELER, C.; WONG, S. I. Boundaryless careers in the gig economy: an oxymoron? *Human Resource Management Journal*, v. 30, n. 1, p. 100–113, 19 jan. 2020.

KUHN, K. M.; MALEKI, A. Micro-entrepreneurs, dependent contractors, and instaserfs: understanding online labor platform workforces. *Academy of Management Perspectives*, v. 31, n. 3, p. 183–200, 2017.

LAAMANEN, T. et al. Editors' introduction: business models, ecosystems, and society in the sharing economy. *Academy of Management Discoveries*, v. 4, n. 3, p. 213–219, set. 2018.

LEE, Z. W. et al. Why people participate in the sharing economy: an empirical investigation of Uber. *Internet Research*, v. 28, n. 3, p. 829–850, 2018.

MACDONALD, R.; GIAZITZOGLU, A. Youth, enterprise and precarity: or, what is, and what is wrong with, the 'gig economy'? *Journal of Sociology*, v. 55, n. 4, p. 724–740, 3 dez. 2019.

MURILLO, D.; BUCKLAND, H.; VAL, E. When the sharing economy becomes neoliberalism on steroids: Unravelling the controversies. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 125, n. June, p. 66–76, dez. 2017.

ÖZBILGIN, M.; TATLI, A. Mapping out the field of equality and diversity: rise of individualism and voluntarism. *Human Relations*, v. 64, n. 9, p. 1229–1253, set. 2011.

PETICCA-HARRIS, A.; DEGAMA, N.; RAVISHANKAR, M. N. Postcapitalist precarious work and those in the 'drivers' seat: exploring the motivations and lived experiences of Uber drivers in Canada. *Organization*, v. 27, n. 1, p. 36–59, jan. 2020.

PETRIGLIERI, G.; ASHFORD, S. J.; WRZESNIEWSKI, A. Agony and ecstasy in the gig economy: cultivating holding environments for precarious and personalized work identities. *Administrative Science Quarterly*, v. 64, n. 1, p. 124–170, 6 mar. 2019.

PETRIGLIERI, G.; ASHFORD, S.; WRZESNIEWSKI, A. Thriving in the gig economy. *Harvard Business Review*, v. March-Apri, p. 140–143, 2018.

RAVENELLE, A. J. "We're not uber:" control, autonomy, and entrepreneurship in the gig economy. *Journal of Managerial Psychology*, v. 34, n. 4, p. 269–285, 13 maio 2019.

ROCKMANN, K. W.; BALLINGER, G. A. Intrinsic motivation and organizational identification among on-demand workers. *Journal of Applied Psychology*, v. 102, n. 9, p. 1305–1316, set. 2017.

ROSENBLAT, A. What motivates gig economy workers. *Harvard Business Review*, v. 17, p. 2–5, 2016.

SCHOR, J. B. et al. Paradoxes of openness and distinction in the sharing economy. *Poetics*, v. 54, p. 66–81, fev. 2016.

SCHOR, J. B.; ATTWOOD-CHARLES, W. The “sharing” economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass*, v. 11, n. 8, p. e12493, ago. 2017.

SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. J. Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy. In: Edward Elgar Publishing, 2015. In: *Handbook of research on sustainable consumption*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2015. p. 410–425.

SEDIGHI, M. et al. Exploration of multi-layered knowledge sharing participation: the roles of perceived benefits and costs. *Journal of Knowledge Management*, v. 20, n. 6, p. 1247–1267, 10 out. 2016.

SUNDARARAJAN, A. Peer-to-peer businesses and the sharing (collaborative) economy: overview, economics effects and regulatory issues. Written testimony for the hearing titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses. *Anais...* 21 jan. 2014

TODOLÍ-SIGNES, A. The end of the subordinate worker? Collaborative economy, on-demand economy, gig economy, and the crowdworkers’ need for protection. *International Journal of Comparative Labour Law and Industrial Relations*, v. 33, n. 2, p. 241–268, 2017.

TOMLINSON, J. et al. Flexible careers across the life course: advancing theory, research and practice. *Human Relations*, v. 71, n. 1, p. 4–22, 13 jan. 2018.

TRABUCCHI, D.; MUZELLEC, L.; RONTEAU, S. Sharing economy: seeing through the fog. *Internet Research*, v. 29, n. 5, p. 996–1013, 7 out. 2019.

VACLAVIK, M. C.; ROCHA-DE-OLIVEIRA, S.; OLTRAMARI, A. P. Proteus looks around: agency, time, and context in a gig economy career analysis. *BAR - Brazilian Administration Review*, v. 18, n. 2, 2021.

WANG, Y. et al. Challenges and opportunities in the sharing economy. *Journal of Management Studies*, v. 58, n. 4, p. 927–1158, 2021.

WIRTZ, J. et al. Platforms in the peer-to-peer sharing economy. *Journal of Service Management*, v. 30, n. 4, p. 452–483, 16 out. 2019.

WOOD, A. J. et al. Good gig, bad gig: autonomy and algorithmic control in the global gig economy. *Work, Employment and Society*, v. 33, n. 1, p. 56–75, 8 fev. 2019.

WU, Q.; LI, Z. Labor control and task autonomy under the sharing economy: a mixed-method study of drivers’ work. *The Journal of Chinese Sociology*, v. 6, n. 1, p. 14, 23 dez. 2019.