

Universidade de Brasília
Instituto de Psicologia
Departamento de Processos Psicológicos Básicos
Pós-Graduação em Ciências do Comportamento



Tese de Doutorado

O Efeito de Níveis de Compartilhamento de um Bem Sobre seu Valor Subjetivo

Andrea Carolina Droguett Jamett

Brasília, Outubro de 2024

O Efeito de Níveis de Compartilhamento de um Bem Sobre seu Valor Subjetivo

Andrea Carolina Droguett Jamett

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Comportamento, como requisito parcial para o título de Doutora em Ciências do Comportamento (Área de concentração: Análise do Comportamento).

Orientador: Dr. Jorge Mendes Oliveira-Castro

Brasília, Novembro de 2024

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Jorge Mendes Oliveira-Castro

Programa de Pós-Graduação em Ciências do Comportamento

Universidade de Brasília - UnB

Presidente

Profa. Eileen Pfeiffer Flores

Universidade de Brasília-UNB

Membro

Profa. Ariela Holanda

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná (IFPR), campus

Londrina

Membro externo

Prof. Cristiano Coelho

Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Goiás

Membro externo

Profa. Carla Borges

Universidade de Brasília-UNB

Membro suplente

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço ao meu professor orientador, Jorge Oliveria-Castro, pela dedicação e rigor na orientação do presente trabalho. À minha família, minha mãe Patricia, meus filhos Antonia, Lorenza, Julián e Carolina, meu ex-marido Luciano, que têm me acompanhado e dado suporte neste processo tão significativo e de tanto crescimento. Também agradeço a todos os colegas e amigos no Brasil, à querida Raphaella, à Daiane, aos meus colegas do grupo de estudo, ao grupo “Contracontrole” e, no Chile, aos meus colegas de trabalho especialmente Danilo pela contenção e impulso para materializar a finalização do trabalho. Todos eles me apoiaram, corrigiram, proporcionaram estabilidade emocional e, enfim, deram suporte para que eu chegasse a esta etapa. Tem sido um caminho cheio de mudanças e muito significativo para mim. Espero poder contribuir à sociedade com o meu trabalho.

Conteúdo

Lista de Figuras	7
Lista de Tabelas	8
Lista de Símbolos e Abreviações	9
Resumo	10
Abstract.....	12
Capítulo 1 – Introdução Geral	13
Consumo Colaborativo	22
Recursos de Uso Comum.....	26
Objetivos.....	32
Capítulo 2 – Estudo 1	33
Estudo 1: Análise funcional de disposição para compartilhar bens.....	34
Método	35
Participantes	35
Material e Equipamento	36
Procedimento.....	39
Capítulo 3 - Estudo 2.....	55
Estudo 2: Efeitos do aumento de compartilhamento sobre o valor subjetivo de um bem	56
Método	61
Participantes	61
Material e equipamento.....	62
Procedimento	63
Resultados e discussão.....	64
Discussão Geral	71

Apêndices	86
Apêndice A - Questionário de Bens Compartilhados	87
Apêndice B - Questionário Níveis de Compartilhamento de um Bem.....	112

Lista de Figuras

Figure 1.....	40
Figure 2.....	42
Figure 3.....	43
Figure 4.....	43
Figure 5.....	62
Figure 6.....	66

Lista de Tabelas

Tabela 1	37
Tabela 2	39
Tabela 3	45
Tabela 4	46
Tabela 5	47
Tabela 6	48
Tabela 7	49
Tabela 8	50
Tabela 9	50
Tabela 10	52
Tabela 11	67
Tabela 12	68

Lista de Símbolos e Abreviações

A	Valor atrasado
D	Duração do atraso
k	Taxa de desconto do valor atrasado
r²	Coeficiente de determinação
V	Valor subjetivo ou valor presente

Resumo

O baixo nível de cuidado que tipicamente se observa com relação aos bens e uso de espaços públicos sugere que o valor subjetivo de um bem diminui com o aumento no número de pessoas que compartilham o seu uso. O presente estudo investigou se e como o compartilhamento com outras pessoas do uso ou posse de bens influencia o valor subjetivo desses bens. Para isso adotou-se um arcabouço análogo ao de desconto temporal, no qual o valor subjetivo de um bem seria função de um número crescente de pessoas com quem o bem seria compartilhado. No Estudo 1, 33 participantes responderam um questionário, no qual foram solicitados a indicar as vantagens e desvantagens associadas ao uso compartilhado de quatro bens (casa, piscina, quarto de hotel e carro), suas experiências anteriores de uso compartilhado desses bens e sua propensão de usar tais bens de forma compartilhada. Os resultados indicaram que a economia de custos foi apontada como a principal vantagem de compartilhar um bem com outras pessoas. No Estudo 2, 33 participantes foram solicitados a estimar o valor de quatro bens (casa de praia, piscina, quarto e lavadora) em situações nas quais deveriam compartilhar cada um dos bens com um número variado de pessoas. Buscou-se avaliar se o valor reforçador de um bem ou serviço apresenta um desconto sistemático com o aumento no número de pessoas (de uma a sete pessoas) com quem o bem deve ser compartilhado. Os resultados indicaram que o valor subjetivo de um bem reduz sistematicamente com o aumento no número de pessoas com quem o bem deve ser compartilhado e que tal redução é mais acuradamente descrita por uma função exponencial (taxas constantes de decréscimo) do que uma função hiperbólica. O parâmetro obtido pela função exponencial poderia ser adotado para estimar o decréscimo do valor subjetivo em função do nível de compartilhamento e avaliar efeitos de possíveis intervenções.

Palavras-chave: economia comportamental, bens de uso compartilhado, desconto temporal, valor subjetivo do reforço.

Abstract

The low level of care that is commonly observed with regard to goods and the use of public spaces suggests that the subjective value of a good decreases as the number of people who share its use increases. This study investigated whether and how sharing the use or possession of goods with other people influences the subjective value of these goods. To this end, a framework analogous to temporal discounting was adopted, in which the subjective value of a good would be a function of an increasing number of people with whom the good would be shared. In Study 1, 33 participants answered a questionnaire in which they were asked to indicate the advantages and disadvantages associated with the shared use of four goods (house, swimming pool, hotel room and car), their previous experiences sharing these goods and their propensity to use these goods in a shared manner.

In the results, cost savings were pointed out as the main advantage of sharing a good with other people. In Study 2, 33 participants were asked to estimate the value of four goods (beach house, swimming pool, bedroom and washing machine) in situations in which they had to share each of the goods with a varying number of people. The aim was to assess whether the reinforcing value of a good or service shows a systematic discount as the number of people (from one to seven) with whom the good must be shared increases. The results indicated that the subjective value of a good reduces systematically with an increase in the number of people with whom the good must be shared, and that such a reduction is more accurately described by an exponential function (constant rates of decrease) than a hyperbolic function. The parameter obtained by the exponential function could be used to estimate the decrease in subjective value as a function of the level of sharing and to evaluate the effects of possible interventions.

Keywords: behavioral economics, reinforcement discount, shared goods, temporal discounting

Capítulo 1 – Introdução Geral

Introdução Geral

Você cuida dos espaços comuns do seu condomínio da mesma forma que dos seus espaços exclusivos? Como acha que as pessoas cuidam das praias públicas? Prefere utilizar uma piscina de forma exclusiva ou compartilhando com outras pessoas? Prefere utilizar o meio de transporte público ou seu carro pessoal? De forma geral, parece que o comportamento das pessoas em relação ao consumo de bens e serviços tende a apresentar maior cuidado quando se trata de bens próprios com uso exclusivo, assim como parece haver uma preferência pelo uso ou posse com exclusividade quando comparado com o uso ou posse com compartilhamento.

Ou seja, entre duas alternativas de uso de um bem, um de forma exclusiva e outro de forma compartilhada, as pessoas parecem apresentar uma tendência a escolher o consumo de forma exclusiva. O fenômeno do compartilhamento de uso de bens e serviços, o modo de utilização deles, a preferência pela escolha de bens compartilhados ou exclusivos e a preservação de bens de uso comum entre pessoas são algumas das questões que as pesquisas sobre economia compartilhada (ou, consumo colaborativo) e recursos de uso comum (*Common Pool Resources*) tentam responder.

Ambas as áreas têm enfatizado a relevância das consequências associadas à promoção de cada tipo de consumo, seja no caso do consumo colaborativo (*e.g.*, sustentabilidade ambiental, acesso ao consumo de bens, outros) ou no caso dos recursos de uso comum (*e.g.*, preservação de bens comuns e públicos, sustentabilidade social, outros). Pesquisas na área (*e.g.*, Bousquete et al., 1998; Fischer et al., 2004; Hardin, 1968) têm procurado identificar o que faz com que as pessoas apresentem maior propensão ao consumo colaborativo ou tenham comportamentos de consumo de bens comuns ou compartilhados de forma mais sustentável. No entanto, não foram identificadas pesquisas

que abordem fatores que possam dificultar o consumo colaborativo ou o comportamento de preservação dos recursos de uso comum.

É possível identificar, na literatura das áreas mencionadas (*e.g.*, Arruda et al., 2016; Bousquete et al., 1998; Fischer et al., 2004; Hardin, 1968; Ostrom, 2006; Rohden et al., 2015; Silveira et al., 2016), lacunas relativas a dois aspectos que o presente trabalho procura abordar. Um dos aspectos se relaciona à falta de distinção na área de estudo do consumo compartilhado ou colaborativo entre o consumo simultâneo e o consumo não simultâneo. No consumo simultâneo, as pessoas utilizam o serviço ou o bem compartilhado ao mesmo tempo (*e.g.*, uber pool, categoria em que uma pessoa pode solicitar uma corrida e o aplicativo irá encontrar outros usuários do serviço que farão o mesmo percurso para dividir o valor). No consumo não simultâneo, o bem ou serviço é compartilhado, mas cada pessoa utiliza individualmente durante um período (*e.g.*, aluguel de bicicleta)

Do ponto de vista econômico, isso resulta em diferentes graus de rivalidade do bem, ou seja, o consumo por uma pessoa reduz a quantidade disponível para o restante das pessoas (Call & Holahan, 1983). O outro aspecto dessas pesquisas diz respeito à ausência de uma análise funcional do comportamento de consumo, especificamente do consumo colaborativo e de recursos de uso comum. Do ponto de vista da economia comportamental operante, uma análise funcional considera que o comportamento de consumo ocorre na interseção de elementos antecedentes associados ao cenário onde ocorre o comportamento e a história de aprendizagem de consumo do indivíduo (Foxall, 1998).

Diante disto, cabe apontar que a Economia Comportamental, em sua perspectiva analítico-comportamental, propõe que o comportamento do consumidor, envolvendo a escolha de bens de uso exclusivo ou compartilhado, assim como o uso de bens públicos,

compartilhados ou privados, é considerado um comportamento operante. A escolha de consumo ocorre dentro de uma relação contingente de eventos antecedentes e consequentes (Foxall et al., 2011). Dentre os eventos antecedentes se encontram variáveis de cenário de consumo, assim como a história de reforçamento (Foxall, 1998). Os consequentes advindos da escolha, por sua vez, podem ser reforçadores ou punidores alterando a probabilidade de recorrência daquela escolha (*e.g.*, Catania, 1999; Skinner, 1981).

Considerando esta proposta, questiona-se de que forma as consequências da escolha de consumo de bens e serviços com distintos níveis de compartilhamento e rivalidade, isto é, o nível em que o consumo de um bem limita o consumo do mesmo bem por outra pessoa (Samuelson, 1954), pode afetar o valor do reforço atribuído a cada tipo de escolha. Assim, a presente pesquisa visou responder: existe diminuição do valor reforçador de uso ou posse de um bem ou serviço quando compartilhado? Destaca-se, também, o interesse em entender se, caso ocorra desconto, tal desconto do valor de reforço aumenta com o aumento no número de pessoas que compartilham o bem ou serviço.

Para isto, se utilizou o arcabouço teórico do desconto temporal e social do valor do reforço, o qual propõe que o valor do reforço do comportamento sofre uma diminuição como efeito do tempo de espera para o reforço ser recebido (Ainslie & Herrnstein, 1981; Bickel et al., 1999; Rachlin, 2006) ou da distância social (Jones & Rachlin, 2009; Rachlin & Jones, 2008). Responder à pergunta de pesquisa utilizando o arcabouço teórico do desconto do reforço permite entender alguns fenômenos analisados nas diferentes áreas de estudo mencionadas em relação ao compartilhamento do uso de um bem com outras pessoas.

Rachlin e colaboradores (Jones & Rachlin, 2006; 2009; Locey, et al., 2013; Rachlin, 2006; Rachlin & Jones, 2008) desenvolveram uma série de estudos a respeito do

valor de reforço atribuído a um bem em função de atraso na obtenção dele e da distância social das pessoas que receberão o reforço em relação a quem se comporta. Diversos experimentos na área da economia comportamental, arcabouço do desconto temporal, têm utilizado procedimentos que introduzem um período de tempo entre a resposta requerida e a ocorrência de reforçamento (Sizemore & Lattal, 1978). Os resultados dessas pesquisas comumente apresentam curvas de descontos hiperbólicas e reversão de preferências (Rachlin & Green, 1972), permitindo a compreensão acerca de como o valor do reforço/bem é alterada em função da variável temporal. A equação matemática mais frequentemente usada para descrever o desconto pelo atraso é a função hiperbólica de Mazur (1986), onde:

$$V = \frac{A}{(1 + kD)}$$

sendo “V” o valor subjetivo ou valor presente, “A” o valor atrasado, “k” um parâmetro livre que indica a taxa de desconto do valor atrasado e “D” é a duração do atraso.

A função hiperbólica indica que o desconto é mais acentuado com atrasos menores e menos acentuado com atrasos maiores, gerando reversão de preferências. Em outras palavras, a função hiperbólica indica que a redução do valor presente de um reforço não ocorre em uma taxa constante com aumentos no atraso. Historicamente, resultados de pesquisa que mostraram bom ajuste da função hiperbólica foram importantes por questionar premissas básicas da teoria neoclássica em microeconomia, a qual assume que a taxa de redução no valor presente seria constante com aumentos no intervalo, o que seria descrito com uma função exponencial (*cf.* Wilkinson & Klaes, 2018). A taxa de desconto exponencial sugere uma redução constante do valor ao aumentar o atraso, resultando em escolhas estáveis ao longo do tempo, independentes do momento em que

são feitas (Becker & Murphy, 1988; Schweighofer et al., 2006). A equação matemática usada para descrever a função exponencial é:

$$V = M \cdot e^{-k \cdot A}$$

Onde V é o valor subjetivo “ M ” é o valor objetivo do evento; “ e ” número irracional, “ A ”, é o tempo e o fator “ k ”. é uma medida do quão rapidamente o valor subjetivo decai com o passar do tempo. A comparação entre os ajustes das funções hiperbólica e exponencial possibilita avaliar se ocorre o fenômeno de reversão de preferências (cf. Green et al., 2004).

A reversão de preferência se refere à mudança na escolha de um reforço de maior magnitude e atrasado para um reforço menor e imediato na medida em que ocorre a redução do atraso para o reforço (Jones & Rachlin, 2009; Snyderman, 1983; Stieg & Dixon, 2007). Ou seja, reversão de preferência constitui uma mudança na escolha que depende do momento em que a escolha é feita: quando a escolha ocorre distante temporalmente do momento de receber o reforço menor menos atrasado, a alternativa que oferece o reforço maior e mais atrasado tende a ser escolhida; quando a escolha ocorre próxima temporalmente do momento de receber o reforço menor e menos atrasado, a alternativa que oferece o reforço menor e menos atrasado tende a ser escolhida. Devido a essa característica temporal da reversão de preferência, o modelo de desconto hiperbólico tem sido frequentemente relacionado a escolhas frequentemente descritas como “impulsivas”, como ocorre nos casos de drogadição e outros vícios (cf. Acuff et al., 2023; Green et al., 2004). A reversão de preferências, explicada no modelo de Ainslie e Herrnstein (1981), propõe que diferentes magnitudes de reforço geram gradientes diferentes de valor de reforço que diminuem com a distância temporal do estímulo reforçador (Beeby & White, 2003; Green & Estle, 2003; Lichtenstein & Slovic, 1971).

Em relação ao fenômeno do desconto temporal, Raineri e Rachlin (1993) especulam que o reforço a ser obtido por outra pessoa poderia ser análogo ao desconto temporal e por tanto encaixar na equação do desconto do atraso do reforço (Jones & Rachlin, 2006). Esses autores fizeram referência a argumentação de vários filósofos que alegavam que fazer escolhas de acordo a interesses próprios num futuro distante estaria relacionado com fazer escolhas de acordo com interesses de um grupo com uma distância social maior se comparado com um grupo social mais próximo, apresentando um desconto similar ao desconto temporal. Desta forma, o autocontrole e altruísmo teriam origens comuns (Jones & Rachlin, 2006).

Rachlin & Jones (2008) estudaram o fenômeno da distância social e sua similitude com o desconto temporal. Suas pesquisas objetivaram responder questões concernentes ao altruísmo seguindo a proposta de Simon (1995) no sentido de desmitificar o conceito de altruísmo. Simon (1995) propõe substituir o conceito por uma função de distância social na alocação de bens de um indivíduo para serem consumidas por outras pessoas (Rachlin & Jones, 2008). Tal como apresentado por Jones e Rachlin (2009), Simon (1995) não desenvolveu uma escala de medida para este conceito de distância social que, em sua concepção, devia substituir à palavra altruísmo de forma tal que os trabalhos de Jones e Rachlin (2006) e Jones e Rachlin (2009) iniciam a base para construir a escala que conseguisse medir essa distância social tal como a área de pesquisa do desconto pelo atraso.

Na área de pesquisa do desconto por distância social o indivíduo faz escolhas de obtenção de reforços para si ou para terceiros, nas quais as manipulações em escolhas hipotéticas, tradicionalmente envolveram diferentes níveis de distância social entre os participantes. Os resultados da pesquisa mostraram que nas situações de escolhas entre manter um montante de dinheiro para a própria pessoa ou abrir mão de parte dele para ser

dividido com outra pessoa, menos o participante está disposto a abrir mão quanto maior é a distância social (Jones & Rachlin, 2009).

Os autores apresentaram resultados que demonstram que quanto menos generoso ou altruísta o comportamento de uma pessoa for, maior é o grau de proximidade com a pessoa em favor da qual se abre mão do dinheiro. Tal como observado nas pesquisas do desconto do atraso, os resultados de desconto do reforço por distância social apresentam a função hiperbólica de forma similar ao atraso:

$$v = \frac{V}{(1 + sN)}$$

onde “v” é o valor subjetivo, “V” é o valor sem desconto N” é uma medida de distância social, e “s” é um grau de medição constante de desconto (Jones & Rachlin, 2006). De acordo com Rachlin (2002, p.2), “temos usado livremente as palavras generosidade e egoísmo como rótulos para padrões de escolha. Não significamos nada mais profundo por essas palavras. Nem, acreditamos, o altruísmo tem qualquer significado mais profundo”.

Diversos estudos (*e.g.*, Białaszek et al., 2019; Sharp et al., 2012; Strombach et al., 2014; Vekaria et al., 2017; Ziero, 2010) mostram que o grau de proximidade ou distanciamento com o outro participante afeta a escolha de obtenção de reforços para si e para o outro. Jones e Rachlin (2006) solicitaram a alunos de graduação que respondessem a um questionário hipotético em que tinham que imaginar uma lista das 100 pessoas mais próximas a eles. Foram orientados a escolherem entre pares de recompensas para si ou para as pessoas da lista. Se escolhessem para outra pessoa, a opção era chamada de altruísta.

Os participantes foram orientados a escolher se compartilhariam ou não o dinheiro com as pessoas na lista que ocupavam as seguintes posições: 1, 2, 5, 10, 20, 50 e 100. Os autores acreditavam que quanto menor a posição na lista (ou seja, quanto maior a

proximidade social que o destinatário do dinheiro tinha com o participante), maior seria o valor subjetivo do reforço. Assim, ocorreria um desconto social da mesma forma como ocorre o desconto temporal (Rachlin et al., 1991).

Para cada participante, houve um ponto em que ocorreu uma mudança de escolha entre a opção altruísta e a opção egoísta, o que foi chamado de ponto de indiferença. O ponto de indiferença é definido como o valor em dinheiro no qual o participante não tem preferência clara entre recebê-lo apenas para si ou compartilhá-lo com outra pessoa. Esse ponto é usado como uma medida do valor subjetivo do reforço. Jones e Rachlin (2006) indicam que os participantes realizam um desconto do valor subjetivo do reforço considerando o nível de proximidade social que possuem com o destinatário do dinheiro que está na lista hipotética. Esse desconto ocorre conforme a equação do desconto social proposta por Rachlin e Raineri (1992).

Rachlin e colaboradores (*e.g.*, Jones & Rachlin, 2006; Locey et al., 2013; Rachlin & Jones, 2008) apontam que a curva de desconto apresenta desconto sistemático do valor do reforço. O que parece ocorrer em Jones e Rachlin (2006). Da mesma forma que ocorre o desconto social, é possível que, no caso de bens compartilhados, exista algum tipo de desconto do valor de reforço caso o bem ou serviço seja compartilhado com uma quantidade progressivamente maior de pessoas. Isto é, considerando tanto benefícios quanto custos associados ao compartilhamento de uso de bens.

Neste contexto, o arcabouço teórico do desconto social de Rachlin e Jones (2008) se mostra como ferramenta útil para explicar e analisar as contingências comportamentais envolvidas na escolha ou preferências por bens e serviços com maior ou menor grau de compartilhamento. Da mesma forma, a abordagem permite identificar variáveis que podem influenciar o valor reforçador do uso e posse de um bem ou serviço quando

compartilhado, isto considerando tanto custos quanto benefícios de compartilhar certo tipo de bens.

Identificar funcionalmente esta variação de valor pode contribuir a desenvolver estratégias de promoção de comportamentos de consumo colaborativo ou de preservação de recursos de uso comum. Nas pesquisas mencionadas (Jones e Rachlin, 2006; Rachlin e Jones, 2008), é possível observar que quanto maior a distância social da pessoa que escolhe o reforço para si ou para outros maior o custo de doar o reforço, que apresenta, também, menor valor. De forma análoga, é possível que os indivíduos descontem o reforço ou valor de um bem em função da quantidade de pessoas com as quais irá a compartilhar o bem.

A área de estudo da economia compartilhada, especificamente o consumo colaborativo, apresenta diversos estudos (Silveira et al., 2016; Botsman e Rogers, 2011) em relação as variáveis que influenciam uma maior ou menor disposição ao compartilhamento no uso ou posse de bens e serviços. Esta literatura foi complementada no presente trabalho, no Estudo 1, com uma análise funcional considerando variáveis de cenário, assim como os benefícios e custos associados a cada situação de consumo. No Estudo 2 foi realizada uma pesquisa hipotética de forma a identificar se o aumento progressivo dos níveis de compartilhamento no uso de um bem ou serviço se relaciona com um desconto sistemático do seu valor reforçador.

Consumo Colaborativo

A investigação dos potenciais efeitos do número de pessoas a compartilhar o uso de um bem ou serviço, pode lançar alguma luz sobre os fenômenos estudados nas áreas da economia compartilhada em especial considerando que a análise funcional desses efeitos considera tanto benefícios quanto custos. Por exemplo, na medida em que um bem ou serviço é compartilhado de forma simultânea por mais pessoas, resulta em um uso com

exclusão. Do ponto de vista funcional do consumidor, quase qualquer uso compartilhado sugere algum nível de exclusão, mesmo em bens públicos (quanto mais pessoas usam o sistema de justiça, maior é a espera para cada um usufruir do serviço). Nesses casos não há exclusão no sentido de impossibilidade/proibição de usar (como ocorre no bem privado), mas, sim, no sentido de eficiência/conforto, disponibilidade, qualidade, dentre outros.

O consumo colaborativo, seja como área equivalente ou como subárea da economia compartilhada, propõe formas de negócios que utilizam as novas tecnologias, principalmente a internet na aquisição e uso compartilhado de bens e serviços (Silveira et al., 2016). A literatura da área apresenta um grande número de autores que parecem defender, por razões ecológicas ou éticas, práticas e adesão a formas de economia compartilhada. Uma das variáveis que pode afetar essa adesão seria o desconto do benefício obtido por compartilhamento de uso de bens.

Neste sentido, o compartilhamento ou consumo colaborativo no presente trabalho considera o uso compartilhado ou colaborativo no sentido de que algum nível de exclusão existe. Isto apresenta diferenças no tratamento geral do consumo colaborativo em que a ênfase é dada à posse do bem. Nesse caso, geralmente quem tem a posse do bem é uma pessoa física que disponibiliza seus bens para serem usados por outras pessoas em troca de um valor monetário. No presente trabalho, a ênfase é dada no uso do bem, de forma compartilhada sem atentar ao dono dele, seja ele pessoa física ou um dono corporativo.

No campo do consumo colaborativo ou compartilhado, a proposta envolve o estudo de um novo tipo de configuração de uso e de posse de bens e serviços (Kaplan, 2014). Em decorrência das implicações na estrutura socioeconômica de uma sociedade e da relevância do tema, diversas disciplinas apresentam interesse no estudo da economia compartilhada e suas áreas (Flores-Xolocotzi, 2015).

A economia compartilhada como área de pesquisa é de desenvolvimento relativamente recente. Sua origem remonta aos anos 90, quando a tecnologia permitiu a criação de novos modelos de negócio cuja característica principal é o compartilhamento de bens e serviços entre pessoas desconhecidas (Silveira et al., 2016). A partir de 2012, e em crescimento progressivo, têm sido identificados estudos na área de forma mais prolífera (Silveira et al., 2016). Assim como mencionam as autoras, parece existir uma relação entre o aumento dos estudos na área e as questões de sustentabilidade, preservação do ambiente e a necessidade de convergir desenvolvimento econômico com sustentabilidade ambiental e social.

A economia compartilhada se apresenta como um conceito guarda-chuva que é desenvolvido a partir de várias tecnologias da informação (Hamari et al., 2015) e incorpora a subárea de consumo colaborativo. Segundo Botsman e Rogers (2011), o consumo colaborativo, por sua vez, é uma prática que aloca necessidades de forma mais sustentável, com menor custo financeiro para o consumidor por meio de partilha, empréstimos, aluguéis e trocas, com utilização de tecnologias virtuais.

O consumo colaborativo utiliza plataformas e tecnologia de forma a configurar novos modelos de negócios, tais como *uber*, *airbnb*, *ebay*, dentre outros (Silveira et al., 2016). O consumo colaborativo, intensificado pelas mudanças no cenário econômico, tem se manifestado em diversas modalidades que, de forma geral, implicam em compartilhamento do uso ou posse de bens e serviços com outras pessoas. Isso se dá por meio de trocas, empréstimo, comércio, aluguel compartilhado, dentre outras modalidades que têm impactado nos negócios tradicionais tanto no que é consumido quanto na forma como são consumidos os bens e serviços (Botsman & Rogers, 2011).

Pesquisas na área do consumo colaborativo procuram entender diversas variáveis na decisão do consumidor, no modelo de negócio e nas atividades desenvolvidas dentro

dele. A literatura da área tem se focalizado em entender variáveis que podem influenciar a disposição ao consumo colaborativo, variáveis consideradas como motivadores ou fatores que podem afetar o valor atribuído ao consumo colaborativo. Nesse sentido, não foi possível achar pesquisas que mostrem dificuldades em gerar consumo compartilhado em algumas áreas ou serviços ou que sugiram inconvenientes de compartilhar o uso ou posse.

Na pesquisa de Bonafe-Pontes et al. (2019) foi investigada a influência da reputação no valor subjetivo do reforço e a disposição para pagar pelo serviço do *airbnb* (serviço que tem como base o aluguel de imóveis por valores mais acessíveis que hospedagem em hotéis). Os resultados mostraram que a reputação não tem um efeito direto sobre o preço a ser pago por este tipo de serviço, porém tem efeito sobre outros tipos de variáveis do negócio, como, por exemplo, o número de amenidades (*e.g.*, piscina, garagem, tv a cabo) que tem efeito sobre o preço.

A pesquisa de Rohden et al. (2015) procurou explorar quais seriam as motivações para o consumo colaborativo a partir do ponto de vista do consumidor. Foram realizadas entrevistas em profundidade com 43 participantes, o que gerou um agrupamento de motivações em diferentes tipos de categorias, entre elas o próprio compartilhamento com outras pessoas, resistência ao consumo e a própria experiência. Como elemento geral, às diferentes categorias, o menor ônus ou preços mais atraentes são os principais motivadores para o consumidor.

Na pesquisa de Arruda et al (2016), que teve por objetivo analisar variáveis que influenciam o compartilhamento de bicicletas, os resultados mostraram a existência de seis dimensões de variáveis, dentre elas a economia de custos e tempo, crença no bem comum, consciência socioambiental, confiança, dentre outros. A dimensão de economia de custo e tempo foi a que obteve maior pontuação em termos de valor do consumo

colaborativo, ou seja, o benefício econômico. Em segundo e terceiro lugar ficaram a consciência socioambiental e a crença do bem comum.

Na pesquisa de Möhlmann (2015) foram realizados dois estudos, cada um com diferentes tipos de negócios de consumo colaborativo, para identificar variáveis que influenciam positivamente a opção de compartilhamento. Foram escolhidas 10 variáveis que promovessem o consumo compartilhado, cuja hipótese era o efeito dessa variável sobre: 1) satisfação na escolha de consumo compartilhado e 2) probabilidade de continuar escolhendo o consumo compartilhado.

Das dez variáveis, tanto a satisfação quanto a probabilidade de escolher uma opção de compartilhamento foram explicadas principalmente por determinantes que atendem ao benefício próprio dos usuários, tais como o benefício utilitário, a economia de custos, a confiança e a familiaridade. De forma geral, o que as pesquisas parecem mostrar é que a variável de economia de custos parece ter uma relevância considerável na escolha pela utilização de consumo compartilhado junto a outras variáveis em menor grau, tais como senso de pertença, sustentabilidade, resistência ao excesso de consumo, dentre outros elementos.

Recursos de Uso Comum

Uma outra área de pesquisa que o presente trabalho pode ajudar a entender é o fenômeno do descuido ou exploração dos bens públicos ou de uso compartilhado (*e.g.*, as pessoas cuidam das áreas comuns do condomínio da mesma forma que cuidam das áreas internas de suas residências?). Os recursos de uso comum são uma classe de recursos comuns para uma comunidade e em que a exclusão é difícil, isto é, não é possível excluir ou impossibilitar o uso para uma pessoa (Policarpo & Santos, 2008).

Uma outra característica dos recursos de uso comum é a rivalidade, isto é, a utilização por um usuário prejudica o uso pelos outros (Feeny et al, 1990). Para Call e

Holahan (1983), as dimensões mencionadas, rivalidade e exclusão, sob a perspectiva econômica tradicional configuram o tipo de uso de um bem considerando o continuum entre público e privado, entre os que se localizam os recursos de uso comum. Alguns exemplos de recursos de uso comum são os peixes de um espaço, as áreas comuns para pastagem de animais, oceanos, rios, ar, parques, peixes, as águas subterrâneas, dentre outros (Feeny et al., 1990).

Parece haver uma relação entre a quantidade de pessoas com as quais um bem é utilizado de forma comum ou compartilhada e o uso insustentável ao longo prazo ou sobre exploração do bem. O compartilhamento com mais pessoas pode gerar custos de respostas de preservação do bem; os custos podem ter relação com a manutenção do bem ou gerar restrição de uso, de acesso, dentre outros. Ao investigar a possível redução do valor subjetivo de produtos ou serviços decorrente de aumento no número de pessoas que os compartilham, o presente trabalho pode lançar luz sobre semelhantes efeitos no caso de recursos de uso comum.

Hardin (1968) precursor do estudo dos bens de uso compartilhado, na sua obra a tragédia dos comuns, prevê o uso excessivo e o esgotamento total dos recursos de uso comum, apontando um conflito claro sobre benefícios de curto prazo para os indivíduos versus efeitos prejudiciais de longo prazo que afetam todos que dependem de um recurso de uso comum para sobreviver.

Hardin (1968) aponta, de forma geral, que indivíduos tomam decisões em relação a bens de uso compartilhado de forma egoísta, isto é, escolhendo o benefício menor a curto prazo para si mesmo em detrimento de um benefício maior a longo prazo para si e a comunidade. Desta forma, Hardin (1968) propõe como melhor forma de gestão do recurso de uso comum a privatização ou o controle externo público. Assim, a utilização de recursos de uso compartilhado seria bem-sucedida e, por sua vez, manter-se-ia ao

longo do tempo. Para Hardin (1968) um recurso de uso comum não administrado, seleciona comportamentos egoístas que esgotarão o recurso rapidamente em situações de escassez. O recurso de uso comum para Hardin (1968) é justificável e possível apenas em condições de baixa quantidade de pessoas utilizando o bem comum.

Pesquisas de laboratório têm estudado o comportamento dentro de um recurso de uso comum (*e.g.*, Bousquete et al., 1998; Fischer et al., 2004; Ostrom, 2006; Walker et al., 1990). Com o objetivo de testar as ideias de Hardin (1968), Walker & Gardner (1992) desenvolveram uma pesquisa experimental em que, por meio de um jogo de investimento, os participantes tinham que tomar decisões entre investir uma maior quantia de *tokens* com maior rendimento, porém com maior probabilidade de que o jogo acabasse para todos os participantes. Quanto mais *tokens* os participantes investiam maior a probabilidade de obter lucro e maior probabilidade de que o jogo acabasse, o que seria similar à destruição do recurso comum. Os resultados mostraram que, de forma geral, o recurso comum é destruído. Os autores apontam para a necessidade de instituições formalizadas estabelecerem regras claras para o equilíbrio e regeneração natural dos recursos de uso comum.

Diferentemente da proposta de Hardin (1968), a economista ganhadora do prêmio Nobel de Ciências Econômicas, Elinor Ostrom (2009), propõe a adoção de uma nova estratégia. Em decorrência de diversas evidências empíricas advindas de estudos na área da economia, a auto-organização foi reconhecida como uma estratégia potencialmente eficaz no que se refere ao estabelecimento de uma prática sustentável de preservação dos bens de uso comum (Ostrom 2009). Deste modo, ao adotar a auto-organização, renuncia-se às autoridades centrais e privadas enquanto reguladoras do consumo e preservação de recursos de uso comum.

Na proposta de Ostrom (2009), os apropriadores podem desenvolver instituições para que o recurso comum seja gerenciado de uma maneira economicamente e ecologicamente sustentável. Tais instituições serão responsáveis por elaborar as regras que especificam quais serão as ações permitidas e proibidas em relação ao uso do recurso. Além disso, as instituições também são responsáveis por apresentar quais procedimentos devem ser adotados, bem como as consequências advindas das ações de cada indivíduo, sendo que consequências podem ser individuais e/ou grupais (Ostrom, 1990).

Para Ostrom (1990), o comportamento de preservar um bem comum é compreendido como um comportamento de escolha. No entanto, esta escolha não é determinada apenas pelo indivíduo, mas também por diversas variáveis internas e externas presentes no cenário no momento da escolha. A partir de tais estudos, diferentes modelos foram propostos para atender às demandas de interesse da área. Esses modelos abrangem abordagens que promovem uma maior parcela de produtos e serviços públicos, incluindo: 1) um misto de níveis de propriedade entre os produtos e serviços privados entre si; 2) privados e públicos e, por fim, 3) a promoção da propriedade 100% privada, tanto quanto seja possível.

Pesquisas na área do uso de bens compartilhados pretendem observar se propostas como as de Ostrom (1990) são verificadas em pesquisas com humanos, identificando variáveis que afetem o comportamento de preservação e cuidado do recurso de uso compartilhado por parte de quem se comporta. Na pesquisa de Nogueira e Vasconcelos (2016) o objetivo foi avaliar o efeito de duas variáveis, *feedback* e anúncio em tempo real, sobre o comportamento de extração de recursos dos participantes que compartilham um bem comum. A pesquisa utilizou um jogo de microssociedade em que três grupos foram expostos a condições diferentes de forma a avaliar o efeito das intervenções. O Grupo 1

era exposto à exibição em tempo real da quantidade de recursos disponíveis, o Grupo 2 recebia mensagens de *feedback* escritas e o Grupo 3 era de controle.

Os resultados mostraram que sem utilização de ferramentas de *feedback* ou mensagens houve extinção dos recursos naturais, o que confirmaria o dilema dos comuns de Hardin (1968). Por outro lado, havendo acesso em tempo real e intervenções de *feedback* e mensagens os recursos aumentaram, confirmando a possibilidade de medidas de autogestão para a sustentabilidade dos recursos como visa a proposta de Ostrom (1990).

Uma outra pesquisa, de Camargo & Haydu (2016), utilizou um jogo de recursos de uso comum que, em três grupos, foi avaliado o comportamento pró-sustentabilidade a longo prazo na utilização de recursos comuns. No grupo controle os resultados mostraram o esgotamento dos recursos naturais e para os grupos que tiveram intervenção de *feedback* e *display* de resultados houve maior duração de recursos naturais, porém sem manutenção ao longo do tempo. O que mostram, de forma geral, as pesquisas na área de recursos de uso comum, é que sem intervenções parece haver uma menor ocorrência de comportamentos pró-sustentáveis.

Por outro lado, a economia do bem comum tem como característica o interesse em desenvolver novas configurações de relações econômicas, nas quais sejam utilizados meios alternativos ao dinheiro como sistema de troca. Ademais, há o enfoque na classificação entre os níveis de propriedade diferentes da economia clássica entre público ou privado em termos intermediários. Nestes sistemas, de modo geral, existe um acesso ao uso do bem ou transferência do bem ou parte dele (Hamari et al., 2015).

De acordo a literatura apresentada de um lado são apresentadas como principais vantagens associadas ao consumo compartilhado a economia de custos e de outro os estudos apresentam uma perda de cuidado de bens quando são utilizados como CPRs .

Considerando as pesquisas apresentadas anteriormente em que parece haver uma perda de cuidado para bens compartilhados e a identificação de economia de custos como principal vantagem de consumir em conjunto com outras pessoas é possível apresentar a tese da existência de um desconto do reforço na medida em que esse reforço é compartilhado. Essa tese pode se sustentar, também, pelas pesquisas nas áreas de consumo colaborativo (*e.g.*, Arruda et al., 2016; Bonafe-Pontes et al., 2019; Rohden et al., 2015) e recursos de uso comum (*e.g.*, Hardin, 1968; Bousquete et al., 1998; Fischer et al., 2004; Ostrom, 2006) em que compartilhar um bem ou serviço com outras pessoas parece ser motivado pelo menor valor econômico proporcionado pelo consumo colaborativo. No caso dos recursos de uso comum, as pesquisas mostram que quanto maior o número de pessoas com as quais o recurso é compartilhado, menor é o cuidado das pessoas com sua preservação, o que poderia implicar numa desvalorização do bem.

A pergunta que a presente pesquisa procurou responder é se o valor reforçador de um bem ou serviço apresenta desconto sistemático quando compartilhado. Para responder a esta pergunta foi adaptado o arcabouço teórico de desconto social desenvolvido por Jones e Rachlin (2009).

Objetivos

O objetivo geral do presente estudo foi verificar se o aumento na quantidade de pessoas que compartilham um bem diminui o valor reforçador de uso ou posse de um bem ou serviço.

O objetivo do Estudo 1 foi identificar consequências reforçadoras e punidoras associadas ao uso de bens compartilhados, assim como o histórico de uso de bens compartilhados e a disposição a compartilhar o uso dos bens. Essas informações permitiram realizar uma análise funcional da escolha de bens e serviços compartilhados por meio da análise dos eventos antecedentes e consequentes à escolha. Para isso foram consideradas variáveis associadas ao cenário de consumo, histórico de aprendizagem e os eventos consequentes (*i.e.*, reforços e punições do bem ou serviço), como preconiza o modelo na perspectiva comportamental (Foxall et al., 2006). Um segundo objetivo do Estudo 1 foi selecionar situações de compartilhamento a serem usadas no Estudo 2.

O Estudo 2 teve como objetivo verificar se aumento no nível de compartilhamento, medido com base no número de pessoas que compartilham o bem, está associado a redução sistemática no valor subjetivo do bem. Para isso, adaptou-se o arcabouço teórico e metodológico utilizado para investigar desconto temporal e probabilístico, o que possibilita verificar se a possível redução do valor subjetivo se assemelha àquela observada nos casos de desconto temporal e social (*e.g.*, função hiperbólica ou exponencial, efeito de magnitude).

Capítulo 2 – Estudio 1

Estudo 1: Análise funcional de disposição para compartilhar bens

Buscou-se, neste estudo, identificar as variáveis que influenciam uma maior ou menor disposição à escolha de bens compartilhados. Estas variáveis têm relação com eventos antecedentes e consequentes ao comportamento de escolha. Em relação aos eventos consequentes, procurou-se entender quais consequências do consumo compartilhado poderiam agir na decisão de consumo de bens compartilhados.

A literatura do consumo compartilhado fornece diversos estudos em relação a variáveis que podem influenciar a escolha de bens e serviços compartilhados (*e.g.*, Arruda et al., 2016; Bremser & Wüst, 2021; Graessley et al., 2019; Hamari et al., 2015; Milanova & Maas, 2017; Rohden et al., 2015). Destacam-se aspectos como a proximidade com quem se irá compartilhar, a confiança com o fornecedor ou consumidor dos bens e serviços, a liberdade de escolha das pessoas com quem se irá compartilhar, a possibilidade de conhecer e interagir com pessoas desconhecidas, a contribuição para a sustentabilidade ambiental ou social, a facilidade na utilização dos bens e serviços compartilhados, a economia de custos advindos da opção de consumo colaborativo, dentre outros. De forma geral, o fator econômico, isto é, a economia de custos, parece ser uma das principais variáveis que promovem a escolha pelo consumo colaborativo (Möhlmann, 2015).

Por meio da perspectiva analítico-comportamental, as consequências obtidas pela escolha de consumo, assim como as variáveis antecedentes a esta última, podem vir a explicar o comportamento de escolha nas alternativas compartilhadas se comparadas com as alternativas de exclusividade. Utilizando o modelo da perspectiva comportamental, *BPM* pelas suas siglas em inglês (Foxall et al., 2011), é possível realizar uma análise funcional de forma que variáveis antecedentes de cenário e história de aprendizagem, assim como variáveis consequentes, expliquem a influência que exercem as variáveis numa maior ou menor disposição a uso e posse de bens compartilhados.

O objetivo do Estudo 1 foi identificar consequências reforçadoras e punidoras do consumo de bens compartilhados, isto é, fatores que na avaliação do consumidor fossem fatores que promovessem o consumo colaborativo e aqueles que prejudicassem o mesmo.

Os objetivos específicos do estudo 1 foram selecionar a partir da pesquisa um conjunto de bens a ser utilizados na pesquisa 2 e identificar variáveis de histórico de aprendizagem e de disposição ao consumo colaborativo para diferentes tipos de bens selecionados.

Método

Participantes

Foi utilizado procedimento amostral por conveniência com método de bola de neve em que, por meio de plataformas digitais e *e-mail*, os participantes foram convidados a participar de um questionário (Apêndice A) em relação a vantagens, desvantagens, disposição e frequência de consumir de forma compartilhada.

O critério de inclusão foi que os participantes, independentemente de gênero, deveriam ter 18 anos ou mais e poderiam estar envolvidos em qualquer atividade de estudo ou nível socioeconômico. O critério de exclusão foi participantes que não tenham respondido de forma integral o questionário.

Neste estudo, a amostra compreendeu 33 participantes, dos quais 17 eram do sexo masculino e 16 do sexo feminino. A faixa etária dos respondentes variou de 24 a 72 anos, com uma média de 47 anos. No que diz respeito à escolaridade, a maioria (*i.e.*, 26 indivíduos) possuía pós-graduação concluída, enquanto cinco concluíram o ensino superior e apenas dois ainda não finalizaram a graduação.

As ocupações dos participantes abrangeram diversas áreas, como biologia, arquitetura, serviço público, educação, empreendedorismo, gestão, além de estudantes e pesquisadores. Residiam nas seguintes cidades: 13 participantes em Rio de Janeiro, 11 participantes em Brasília, um participante nas cidades de Ceilândia, Manaus, Luiziania-GO, Niteroi, Teresina, Ubatuba, Uberlandia-MG e Uniao-PI.

No que tange à renda familiar, quatro participantes tinham uma renda de até cinco mil reais, cinco possuíam renda entre R\$ 5 mil e R\$ 10 mil, e 23 apresentaram uma renda superior a R\$ 10 mil. Isso indica que os participantes desse estudo pertencem a um estrato social com significativo poder aquisitivo e sólida formação acadêmica.

Os 33 participantes assinaram o termo de consentimento livre e esclarecido no próprio formulário que receberam por *link* disponibilizado pelos canais acima mencionados. Após os participantes terem assinado o termo de consentimento, responderam ao questionário, que tinha duração aproximada de 20 minutos, porém a ferramenta permitiu que os participantes respondessem em seu próprio tempo. Os dados foram coletados entre maio e julho de 2023. O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais da UnB, conforme número do Parecer: 5.631.762, disponível no *site* da Plataforma Brasil.

Material e Equipamento

Foi utilizado um *notebook* com conexão à internet para distribuição do questionário, registro de dados e análise de resultados. Os participantes responderam ao questionário de forma remota a partir de suas próprias localizações. Foi disponibilizado o questionário por meio de *link* com acesso direto. A primeira parte do questionário incluiu o termo de consentimento livre esclarecido com opção de aceitar ou não aceitar. Após o aceite do participante foi disponibilizado o questionário apresentando as questões de forma consecutiva.

O questionário apresentava 40 questões divididas em um cenário geral e cinco vinhetas com cenários de consumo para bens específicos (Tabela 1). Para cada cenário de consumo foi solicitado aos participantes as suas respostas em relação às vantagens do consumo compartilhado, desvantagens do consumo compartilhado, disposição ao consumo compartilhado e histórico de consumo compartilhado.

Para facilitar a visualização, os cenários foram resumidos na Tabela 1, mantendo palavras que brevemente permitem compreender o significado de cada cenário.

Tabela 1

Descrição de Cenários e Questões

Tipo	Descrição	Abreviação
Cenários	Situação: Genérica > Suponha que existe a possibilidade de compartilhar o uso ou posse de alguns bens ou serviços com outras pessoas que não são da sua família ou amigos próximos.	Genérico
	Situação: Casa para passar férias > Imagine que você tem a oportunidade de passar férias por 15 dias numa praia. Existe a opção de alugar com outras pessoas desconhecidas. A outra opção é alugar uma casa de forma exclusiva. Em ambos os casos a pessoa teria o mesmo número de quartos para a sua família e banheiros privativos.	Casa férias
	Situação: Compra e uso de carro > Suponha que existe a possibilidade de comprar um carro em conjunto com vizinhos de forma que o uso do carro seria distribuído por um esquema de revezamento e compartilhamento combinado entre todos. A outra opção seria a compra de um carro próprio para uso exclusivo seu.	Carro
	Situação: Aluguel de quarto de hotel em um evento > Imagine que você esteja a procurar uma hospedagem para um evento (por exemplo, encontro, congresso, seminário) de uma semana em cidade distante de onde mora. Você teria a possibilidade de dividir o quarto com colegas.	Quarto

	Situação: Piscina em condomínio > Suponha que está decidindo a compra de uma casa com a alternativa de compartilhar o uso de uma piscina com vizinhos em um condomínio ou a alternativa de ter piscina exclusiva. São aproximadamente 30 casas no condomínio.	Piscina
	Situação: Uso de lavadora e secadora de roupas > Suponha que exista a possibilidade de comprar em conjunto com vizinhos da sua moradia, um conjunto de lavadora e secadora de roupas de alta qualidade que ficaria disponibilizada num espaço comum para ser utilizada em esquema de revezamento. A outra possibilidade é a compra e utilização de lavadora e secadora de forma exclusiva sua na sua moradia.	Lavadora
Vantagens	“Uma das principais vantagens de eu compartilhar x comparados com a situação de usá-los exclusivamente é a economia de custos:”	Custos
	“Uma das principais vantagens de eu compartilhar x quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é a oportunidade de interagir com outras pessoas:”	Interagir
	“Uma das principais vantagens de eu compartilhar x quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é a possibilidade de contribuir para a sustentabilidade ambiental:”	Ambiente
	“Uma das principais vantagens de eu compartilhar x quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é ter a aprovação do meu círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado:”	Aprovação
	“Uma das principais vantagens de eu compartilhar x quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é o fato de apoiar a luta contra o consumo excessivo:”	
Desvantagens	“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar x quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é ter que interagir com outras pessoas:”	Interagir
	“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar x quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é a falta de controle sobre a manutenção dos bens envolvidos:”	Cmanutenção
	“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar x quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é a falta de disponibilidade de uso a qualquer momento:”	Disponibilidade
	“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar x quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é o risco de se indispor com outros usuários:”	Indispor

Tal como apresentado na Tabela 1, os cenários escolhidos correspondem a um cenário geral de consumo compartilhado seguido por cenários específicos consistentes em: casa férias compartilhada, carro compartilhado, quarto de hotel compartilhado, piscina compartilhada e lavadora compartilhada. Para cada cenário foram apresentadas vantagens e desvantagens descritas na Tabela 1.

Procedimento

Após ser apresentado ao questionário, os participantes responderam de forma consecutiva a cada questão sem qualquer intervenção do experimentador. Uma vez finalizado o questionário, os dados foram coletados para posterior análise. Para cada cenário de consumo apresentado no questionário foi solicitado aos participantes as suas respostas em relação a vantagens e desvantagens do consumo compartilhado, disposição ao consumo compartilhado e histórico de consumo compartilhado, apresentados na Tabela 2 (questionário completo no Apêndice 1).

Tabela 2

Objetivos, Métodos e Procedimento Utilizados no Instrumento de Pesquisa

Objetivo	Método	Procedimento
Identificação reforços do consumo compartilhado	Vinhetas Escala grau de concordância Pergunta aberta	Seis cenários de consumo Média de cinco opções de benefícios Uma opção aberta: Outra
Identificação de punições do consumo compartilhado	Vinhetas Escala grau de concordância Pergunta aberta	Seis cenários de consumo Média de cinco opções de punições Uma opção aberta: Outra
Disposição ao consumo compartilhado	Vinhetas Escala <i>likert</i>	Seis cenários de consumo Uma questão
Histórico de consumo	Vinhetas Pergunta dicotômica	Seis cenários de consumo Uma questão

Para cada um dos cenários no questionário foram apresentados quatro tipos de perguntas detalhadas a seguir:

1) Reforço decorrente do consumo compartilhado: Foi perguntado ao participante qual é seu grau de concordância com as vantagens do consumo compartilhado mencionadas para o cenário específico. O participante selecionou em cada cenário o seu grau de concordância com a afirmação disponibilizada em relação as vantagens de compartilhar o uso de um bem nesse cenário de consumo. Assim, após a apresentação de um cenário específico, chamado de situação, foi realizada a pergunta em relação as vantagens. Um exemplo pode ser visualizado na Figura 1.

Figure 1

Reforço decorrente do consumo compartilhado

<p>Situação: Casa para passar férias</p> <p>Imagine que você tenha a oportunidade de passar férias por 15 dias numa praia. Existe a opção de alugar com outras pessoas desconhecidas. A outra opção é alugar uma casa de forma exclusiva. Em ambos os casos a pessoa teria o mesmo número de quartos para sua família e banheiros privativos.</p> <p>Assinale para as questões abaixo o seu grau de concordância com as afirmações levando em conta o cenário acima:</p> <p>“Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é a economia de custos:”</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Concordo totalmente<input type="checkbox"/> Concordo mais ou menos<input type="checkbox"/> Não concordo, nem discordo<input type="checkbox"/> Discordo mais ou menos<input type="checkbox"/> Discordo totalmente
--

Conforme o exemplo apresentado para cada cenário, são apresentadas diferentes vantagens cujo grau de concordância foi selecionado pelo participante. Dentre as vantagens mencionadas para os diferentes cenários se encontram a economia de custos, a possibilidade de interagir com outras pessoas, ter a aprovação do círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado, dentre outras. As vantagens apresentadas no questionário foram definidos a partir das pesquisas de economia compartilhada mencionadas anteriormente, bem como com base no estudo piloto realizado junto aos

membros do grupo de pesquisa coordenado pelo professor Jorge Oliveira Castro. Importante mencionar que uma vez apresentadas todas as vantagens previamente selecionadas, era apresentada a opção de indicar outra vantagem não mencionada nas questões anteriores, da seguinte forma: “Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é: outra”. Neste caso o participante deveria escrever as outras vantagens não listadas anteriormente.

2) Punição decorrente do consumo compartilhado: Ao contrário da pergunta anterior, para o mesmo cenário e em forma sequencial, foram apresentadas alternativas de custos ou desvantagens que, na perspectiva do consumidor, são associados ao consumo de bens de forma compartilhada com outros usuários. Alguns exemplos são: ter que interagir com outras pessoas, não ter controle sobre a utilização, manutenção e higiene do ambiente, não ter disponibilidade de uso do espaço por inteiro, risco de se indispor com outros usuários, dentre outros. As perguntas foram selecionadas conforme a aplicação e discussão do grupo de pesquisa, pois na literatura da área não foram encontradas pesquisas em relação a desvantagens, custos ou efeitos aversivos para o consumo de bens compartilhados de forma tal que pouco se sabe sobre os fatores que podem dificultar a adesão consumo compartilhado (Barnes & Mattsson, 2016).

Assim, após a apresentação de um cenário específico da mesma forma que para as vantagens foi feita a pergunta de grau de concordância. Seguindo com o exemplo na seção de vantagens, conforme demonstrado na Figura 2.

Figure 2*Punição decorrente do consumo compartilhado*

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é ter que interagir com outras pessoas:”

- Concordo totalmente
- Concordo mais ou menos
- Não concordo, nem discordo
- Discordo mais ou menos
- Discordo totalmente

Da mesma forma que para as vantagens, foi apresentada a alternativa aberta de forma que o participante tivesse a possibilidade de incorporar alguma desvantagem não apresentada nas alternativas de escolha de grau de concordância: “Uma das principais desvantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é: outra”

3) Disposição ao consumo compartilhado: O objetivo dessa pergunta foi identificar a disposição do participante de se engajar em consumo compartilhado com a utilização de escala tipo *likert*, a qual variava de menor disposição para um até maior grau de disposição ao consumo compartilhado. O tipo de pergunta, seguindo com o exemplo anterior, é demonstrado na Figura 3.

Figure 3*Disposição para consumo compartilhado*

Assinale abaixo o quanto estaria disposta(o) a compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas, sendo 1 a menor disposição e 5 a maior disposição.

1 (nem um pouco disposto)

2 (pouco disposto)

3 (medianamente disposto)

4 (muito disposto)

5 (extremamente disposto)

4) Histórico de consumo compartilhado: O participante foi solicitado a responder aqui se já fez uso de bem compartilhado nesse cenário específico. No caso de alugar casa para passar férias, a pergunta realizada é apresentada na Figura 4.

Figure 4*Histórico de Consumo Compartilhado*

No passado, já compartilhou o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas?

sim

não

Resultados e Discussão

Com o objetivo de comparar as avaliações das vantagens em cada cenário, foram realizados testes não-paramétricos de Friedman comparando as médias das respostas, calculadas para todos os participantes, obtidas para as diferentes vantagens. Posteriormente, as médias foram comparadas em pares com base no teste Wilcoxon pareado, com aplicação de correção Bonferoni para o nível de significância (0,05 dividido pelo número de comparações, ou seja, pares). Análises análogas foram realizadas para comparar as avaliações de desvantagens em cada cenário.

As Tabelas 3 a 8 apresentam os resultados dessas comparações para cada cenário. Em cada tabela são apresentadas as médias obtidas em cada questão (1 – discordo totalmente a 5 – concordo totalmente), sendo que as médias que se encontram em colunas diferentes apresentaram diferenças estatisticamente significantes. Por exemplo, na Tabela 3, a média para Ambiente foi significativamente maior que a média para Excesso, enquanto a média obtida para Custo não diferiu significativamente da média para Ambiente nem para Excesso.

Cenário 1 (Geral)

A Tabela 3 apresenta as médias para as respostas referentes a vantagens e desvantagens no caso do Cenário Geral, onde não foi especificado um bem ou serviço. Pode-se observar na tabela que contribuir para sustentabilidade ambiental (Ambiente) foi a vantagem que apresentou a maior média, a qual não diferiu significativamente de economia de custos (Custo) e se mostrou maior que todas as outras vantagens.

As vantagens de interagir com outras pessoas (Interagir) e de receber aprovação social (Aprovação) obtiveram os menores valores, que se mostraram significativamente menores que as outras três vantagens. Quanto às desvantagens, pode-se observar na Tabela 3 que a falta de disponibilidade (Disponibilidade) do bem apresentou o valor mais alto e significativamente maior que as médias obtidas para o risco de se indispor com outros usuários (Indispor) e para a necessidade de interagir com outras pessoas (Interagir). A desvantagem de ter que interagir com outras pessoas (Interagir) apresentou média significativamente menor que todas as outras desvantagens, sendo que seu valor sugere não se tratar de uma desvantagem (valores menores que 3 indicam que os participantes tenderam a discordar da afirmação).

Tabela 3*Médias das Respostas sobre Vantagens e Custos Relativas ao Cenário 1 (Geral)*

	Consequência	Médias	
Vantagens*	Ambiente	4,42	
	Custo	4,21	4,21
	Excesso		4,00
	Interagir		3,15
	Aprovação		2,82
Desvantagens**	Disponibilidade	3,97	
	CManutenção	3,52	3,52
	Indispor		3,33
	Interagir		2,67

*Nível de significância igual a 0,0050

**Nível de significância igual a 0,0083

Cenário 2 (Casa)

A Tabela 4 apresenta as médias para as respostas referentes a vantagens e desvantagens no caso de compartilhar a compra de casa para passar férias. Pode-se observar, na Tabela 4, que a economia de custos (Custo) apresentou média significativamente maior que todas as outras vantagens avaliadas. As vantagens de contribuir para a sustentabilidade ambiental (Ambiente) e interagir com outras pessoas (Interagir) apresentaram médias significativamente maiores que ter a aprovação do círculo de conhecidos (Aprovação).

Quanto às desvantagens, pode-se observar na Tabela 4 que a falta de controle em relação à manutenção do bem (CManutenção) teve média significativamente maior do que interagir com outras pessoas (Interagir). A desvantagem de se indispor com outras pessoas (Indispor) teve média maior do que interagir com outras pessoas assim como e a falta de disponibilidade do bem (Disponibilidade) também apresentou média maior do que interagir com outras pessoas (Interagir)

Tabela 4*Médias das Respostas sobre Vantagens e Custos Relativas ao Cenário 2 (Casa Praia)*

	Consequência	Médias	
	Custo	4,48	
Vantagens*	Ambiente	3,30	
	Interagir	3,24	
	Manutenção	2,72	2,72
	Doente	2,67	2,67
	Aprovação		2,30
Desvantagen c**	CManutenção	4,09	
	Indispor	4,00	
	Disponibilidade	3,67	
	Interagir	3,15	

*Nível de significância igual a 0,0033

**Nível de significância igual a 0,0083

Cenário 3 (Carro)

A Tabela 5 apresenta as médias para as respostas referentes a vantagens e custos no caso de compartilhar um Carro. Pode-se observar que as vantagens de economia de custos (Custos) e de contribuir para a sustentabilidade ambiental (Ambiente) apresentam médias significativamente maiores do que ter apoio para a manutenção do bem (Manutenção), ter a aprovação de outras pessoas (Aprovação) e interagir com outras pessoas (Interagir).

A vantagem de ter apoio para a manutenção do bem (Manutenção) teve diferença significativamente maior do que interagir com outras pessoas (Interagir) e com ter a aprovação do círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado (Aprovação).

Em relação às desvantagens de compartilhar o uso de carro a média de não ter disponibilidade do bem em tempo completo (Disponibilidade) teve diferença

significativamente maior do que a desvantagem de ter que interagir com outras pessoas (Interagir). Quanto a média de se indispor com outras pessoas (Indispor), esta desvantagem teve média maior do que ter que interagir com outras pessoas (Interagir).

Tabela 5

Médias das Respostas sobre Vantagens e Custos Relativas ao Cenário 3 (Carro)

	Consequência	Médias
Vantagens*	Custo	4,52
	Ambiente	4,30
	Manutenção	3,73
	Aprovação	2,42
	Interagir	2,42
Desvantagens**	Disponibilidade	4,06
	Indispor	3,97

Cenário 4 (Quarto)

A Tabela 6 mostra as médias das respostas sobre as vantagens e desvantagens de compartilhar um quarto de hotel. Os resultados apresentam a vantagem de economia de custos (Custo) com diferença de média significativamente maior que todos as demais.

As vantagens de interagir com outras pessoas (Interagir) e contribuir para a sustentabilidade ambiental (Ambiente) tiveram diferença de médias significativamente maiores em relação a ter a aprovação do círculo de conhecidos (Aprovação). Quanto às desvantagens, não ter controle sobre a manutenção do bem (CManutenção), não ter disponibilidade do bem o tempo todo (Disponibilidade) e o risco de se indispor com outros (Indispor) tem diferenças significativamente maiores que ter que interagir com outras pessoas (Interagir).

Tabela 6*Médias das Respostas sobre Vantagens e Custos Relativas ao Cenário 4 (Quarto)*

	Consequência	Médias
Vantagens*	Custo	4,42
	Interagir	3,73
	Ambiente	3,30
	Aprovação	2,49
Desvantagens**	CManutenção	3,73
	Indispor	3,52
	Disponibilidade	3,36
	Interagir	2,82

*Nível de significância igual a 0,0083

**Nível de significância igual a 0,0083

Cenário 5 (Piscina)

A Tabela 7 apresenta os resultados para vantagens e desvantagens do uso de piscina de forma compartilhada. As vantagens de economia de custos (Custos), ter a possibilidade de interagir com outras pessoas (Interagir), contribuir para a sustentabilidade ambiental (Ambiente) e ter apoio para a manutenção do bem (Manutenção) apresentaram médias significativamente maiores do que a vantagem de ter a aprovação do círculo de conhecidos (Aprovação). Quanto às desvantagens não houve diferenças significativas na comparação de médias.

Tabela 7*Médias das Respostas sobre Vantagens e Custos Relativas ao Cenário 5 (Piscina)*

	Consequência	Médias
Vantagens*	Custo	4,45
	Ambiente	4,24
	Manutenção	4,21
	Interagir	3,85
	Aprovação	2,52
Desvantagens**	CManutenção	3,03
	Indispor	2,82
	Interagir	2,55

*Nível de significância igual a 0,005

**Nível de significância igual a 0,0167

Cenário 6 (Lavadora)

A Tabela 8 apresenta a comparação de médias para as respostas referentes a vantagens e custos no caso de uso de lavadora de forma compartilhada (Lavadora). Pode-se observar na tabela que as vantagens de economia de custos (Custos), contribuir para o meio ambiente (Ambiente) e ter apoio na manutenção do bem (Manutenção) tiveram diferenças de médias significativamente maiores do que ter a aprovação do círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado (Aprovação) e do que a vantagem de ter a possibilidade de interagir com outras pessoas (Interagir).

Quanto às desvantagens, pode-se observar na Tabela 8 que a falta de controle na manutenção do bem (CManutenção) teve diferença significativamente maior do que a desvantagem de ter que interagir com outras pessoas (Interagir) e o risco de se indispor com outros usuários (Indispor).

Tabela 8

Médias das Respostas sobre Vantagens e Custos Relativas ao Cenário 6 (Lavadora).

	Consequência	Médias	
Vantagens*	Custo	4,61	
	Ambiente	4,18	
	Manutenção	4,09	
	Interagir		2,85
	Aprovação		2,85
Desvantagen ε***	CManutenção	3,12	
	Disponibilidade	2,73	2,73
	Indispor		2,64
	Interagir		2,58

*Nível de significância igual a 0,005

**Nível de significância igual a 0,0083

Comparação entre cenários

Tomados em conjunto, esses resultados indicam que para todos os cenários específicos, a economia de custos foi a vantagem que apresentou média mais alta enquanto obter a aprovação social do círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado foi a mais baixa, com médias abaixo de três, indicando que tenderam a discordar que o uso compartilhado seria influenciado por aprovação de pessoas conhecidas. Quanto às desvantagens, a falta de controle na manutenção do bem, foi a maior desvantagem em todos os cenários, com exceção do genérico. Assim também a desvantagem de ter que interagir com outras pessoas apresentou a menor média em todos os cenários.

É possível observar que a vantagem de economia de custos possui uma diferença de médias significativamente maior em relação às outras vantagens em quase todos os cenários. A vantagem de apoiar a luta contra o consumo excessivo possui diferença de média significativamente maior somente no Cenário 1 genérico. Porém, uma vez que são

apresentadas vinhetas com situações de consumo mais específicas, esta variável não possui diferença em relação às outras vantagens. De forma geral os resultados apresentam diferenças de médias significativamente maiores para a economia de custos, contribuir com a sustentabilidade ambiental e ajuda com as tarefas de manutenção.

Com o objetivo de comparar a disposição de compartilhar e a frequência de compartilhamento entre cenários, foram realizados testes não-paramétricos (Friedman), seguidos de comparação de pares de médias com base no teste Wilcoxon pareado, com adoção de correção de nível de significância devido às múltiplas comparações (*i.e.*, $0,05/15 = 0,0033$). A Tabela 9 mostra a média de disposição a compartilhar e as diferenças significativas de médias na comparação entre pares. Pode-se observar que a média de disposição para compartilhar foi significativamente maior para os cenários de uso de piscina (Piscina), uso de lavadora (Lavadora) e cenário geral (Geral) do que para uso de carro (Carro) e uso de casa praia (Casa Praia).

Tabela 9

Diferenças na Disposição a Compartilhar em Cada Cenário

Cenário	Média		
Piscina	4,03		
Lavadora	3,91		
Geral	3,55		
Quarto	3,30	3,30	
Casa Praia		2,33	2,33
Carro			2,21

*Significância $\leq 0,0033$

A Tabela 10 apresenta as médias para frequência de consumo compartilhado em cada cenário, assim como as diferenças significativas na comparação de médias por pares. Pode-se observar que a média de frequência de compartilhamento foi significativamente maior para uso de piscina com relação às médias de frequência de compartilhamento para uso de lavadora, compartilhar casa praia em férias ou finais de semanas prolongados e utilização de carro em esquema de revezamento.

Tabela 10

Diferenças para Histórico de Frequência de Compartilhamento em Cada Cenário

Cenário	Média		
Piscina	3,06		
Quarto	2,70	2,70	
Geral	2,36	2,36	
Lavadora		2,33	2,33
Casa Praia			1,85
Carro			1,39

*Significância $\leq 0,0033$

Pode-se observar, na Tabela 10, que o cenário Quarto, com a segunda média depois de Piscina, na comparação de pares teve frequência de compartilhamento maior do que Casa Praia e Carro. Cenário Geral e Lavadora tiveram média de frequência de compartilhamento maior que Carro.

Os principais achados a partir de Estudo 1 apresentaram uma replicação de histórico e disposição, na mesma sequência, isto é, os bens com maior histórico de consumo de forma compartilhada também apresentaram maior disposição ao consumo compartilhado sendo a única exceção Lavadora em que as pessoas têm disposição a compartilhar, mas não têm histórico. Talvez porque não tenham tido oportunidades de

compartilhar lavanderias nos prédios, por exemplo, o que pode sugerir compartilhamentos de bens que são raramente disponíveis na sociedade.

Os achados replicam a literatura da área (Botsman & Rogers, 2011) em que o consumo compartilhado teria como vantagem principal a economia de custos e de forma secundária a contribuição para questões de preservação ambiental. Deve se ressaltar que em relação à vantagem de contribuir para a sustentabilidade ambiental, esta vantagem teve média significativamente maior às outras vantagens somente no cenário geral, ou seja, quando a vinheta não apresentava situações específicas de consumo. Provavelmente nas situações de cenários específicos as vantagens mais mencionadas são aquelas individuais. Adicional ao anterior em relação tanto às vantagens quanto às desvantagens é muito possível que por questões culturais, históricas o do próprio cenário de consumo as com maior nível de concordância variem para cada país ou localidade.

Capítulo 3 - Estudo 2

Estudo 2: Efeitos do aumento de compartilhamento sobre o valor subjetivo de um bem

Os resultados do Estudo 1 identificaram vantagens e desvantagens do consumo compartilhado em diferentes cenários de consumo. Dentre as vantagens, a que mais se destacou em comparação com as outras foi a economia de custos, ou seja, a possibilidade de pagar menos ao consumir bens junto a outras pessoas. Esses achados sugerem que um dos fatores que influencia o valor de um bem é o número de pessoas com as quais ele é compartilhado. Com isso, a falta de cuidado com um bem público pode estar associada à perda de valor subjetivo a medida que ele é compartilhado com mais pessoas.

Conforme estudos que apontam a perda de valor em bens compartilhados (Arruda, 2016), surge a questão: o aumento no número de pessoas reduz o valor subjetivo de um bem? E, caso essa redução ocorra, ela é sistemática? Uma maneira de investigar essas mudanças no valor subjetivo é por meio de pesquisas sobre desconto temporal, probabilístico e social do reforço. Esse modelo de desconto, utilizado para analisar escolhas, tem sido aplicado para investigar os efeitos do atraso do reforço (ou desconto temporal, conforme Green et al., 2004; Green & Myerson, 2004; Mazur, 1986; Rachlin et al., 1986), da probabilidade do reforço (ou desconto probabilístico, conforme Green & Myerson, 2004; Green & Myerson, 2010; Reynolds, 2004; Richards et al., 1999) e da distância social (ou desconto social, conforme Farhi & Werning, 2007; Jones & Rachlin, 2006; Locey et al., 2013).

Nessas pesquisas, o valor subjetivo (o valor que o indivíduo considera equivalente a outro valor atrasado ou incerto, por exemplo) do reforço diminui conforme aumenta o atraso para receber o reforço, a incerteza de recebê-lo ou a distância social da pessoa que o receberá. O método mais utilizado para investigar a redução do valor subjetivo do reforço é avaliar os comportamentos de escolha dos participantes, que geralmente

escolhem entre alternativas que oferecem valores distintos (*e.g.*, dinheiro) com diferentes atrasos (*e.g.*, Bickel et al., 1999; Rachlin et al., 1991), diferentes níveis de incerteza ou distâncias sociais de quem receberia o reforço (*e.g.*, Jones & Rachlin, 2006).

O fenômeno da diminuição do valor subjetivo de reforço tem sido amplamente investigado em diversos tipos de comportamento, incluindo o comportamento alimentar (*e.g.*, Hart et al., 2018; Moreira, 2015; Schiff et al., 2016), o comportamento em relação a escolhas entre comida e dinheiro (*e.g.*, Odum et al., 2006) e o comportamento em litígios judiciais (*e.g.*, Pinheiro, 2017). Esse fenômeno também é frequentemente estudado em pesquisas sobre o comportamento de desconto aplicado a diferentes tipos de *commodities* (*e.g.*, Charlton et al., 2013), o uso de cartões de crédito (*e.g.*, Britto, 2017), a procrastinação (*e.g.*, Zhang & Feng, 2020) e o comportamento sexual (*e.g.*, Hermann et al., 2014; Johnson et al., 2016;), entre outros.

Para estudar a variação do valor subjetivo do reforço em humanos, diversos procedimentos têm sido empregados, como o questionário de Kirby e colaboradores (1999), procedimentos de titulação ou psicofísicos (Rachlin et al., 1991), ajustes de atraso (Rachlin, 2016), ajustes da magnitude do reforço (Meier & Sprenger, 2007) e procedimentos de estimativa (*e.g.*, Ganiats et al., 2000).

No procedimento de titulação ou psicofísico (Rachlin et al., 1991), o indivíduo escolhe entre duas alternativas: um reforço imediato menor e um reforço maior com atraso. A cada escolha, o valor do reforço maior com atraso é ajustado até que ambas as alternativas se tornem indiferentes para o participante.

O procedimento de Kirby (1999) utiliza um questionário com 27 itens que apresentam opções entre um reforço menor imediato e um reforço maior atrasado. Os itens são organizados em três grupos de nove questões, variando de acordo com o atraso e a magnitude do reforço, que pode ser classificada como alta, média ou baixa.

No procedimento de ajuste do atraso ou da magnitude do reforço (Rachlin, 2016), a magnitude do reforço é ajustada conforme as escolhas do participante. Quando o participante opta pelo reforço menor e imediato, o atraso ou a magnitude do reforço é reduzido na tentativa seguinte. Em contrapartida, quando a escolha é pelo reforço maior e atrasado, o atraso ou a magnitude do reforço é aumentado na próxima tentativa. Assim, o ajuste do reforço ocorre com base nas escolhas: é reduzido se o reforço menor imediato for selecionado na tentativa anterior e aumentado se o reforço maior atrasado for escolhido.

No procedimento de estimativa, o participante também escolhe entre uma alternativa menor e imediata e uma alternativa maior e atrasada. Nesse caso, a magnitude do reforço imediato permanece fixa a cada escolha, enquanto a magnitude do reforço atrasado é ajustada em cada tentativa. O participante deve estimar o valor da magnitude atrasada para que seja igualmente preferível à alternativa imediata.

Com base em estudos sobre mudanças no valor subjetivo do reforço, seja temporal ou probabilístico, foram propostas duas equações matemáticas para descrever essas reduções de valor: a curva de desconto exponencial e a curva de desconto hiperbólica. A taxa de desconto exponencial sugere uma redução constante do valor ao aumentar o atraso ou diminuir a probabilidade do reforço, resultando em escolhas estáveis ao longo do tempo, independentes do momento em que são feitas (Becker & Murphy, 1988; Schweighofer et al., 2006). Por outro lado, a curva de desconto hiperbólica indica que o valor subjetivo do reforço depende do momento da escolha, resultando em preferências instáveis (Jones & Rachlin, 2006; Rachlin et al., 2008).

Os resultados de pesquisas em desconto temporal e social, juntamente com os achados do Estudo 1 deste trabalho, sugerem, por um lado, que as pessoas percebem tanto vantagens quanto desvantagens e demonstram disposição em compartilhar o uso de certos bens. Por outro lado, levantam a questão de saber se a vantagem de economia de custos relatada pelos participantes indica uma redução no valor subjetivo de um bem quando este é compartilhado.

Qual seria o efeito de aumentar o número de pessoas com as quais o bem é compartilhado? Considerando que o comportamento em relação a bens públicos ou de uso comum, geralmente marcado por um menor cuidado, é influenciado pelo número de usuários, surge a questão empírica de entender os efeitos desse aumento no valor subjetivo dos bens compartilhados. O arcabouço teórico do desconto social poderia ser aplicado de forma análoga às decisões do consumidor sobre o uso e a posse de bens compartilhados. É possível que, à medida que o uso de um bem é progressivamente compartilhado, ocorra uma diminuição gradual no valor do reforço associado a ele.

O consumo (uso e/ou posse) de bens e serviços compartilhados, como discutido anteriormente, é estudado tanto pela literatura sobre consumo colaborativo quanto pela literatura sobre recursos de uso comum. O consumo colaborativo refere-se a uma forma de consumo que permite aos indivíduos coordenar a aquisição e distribuição conjunta de um recurso, geralmente mediante uma taxa ou outra compensação, com a interação facilitada por tecnologias digitais (Perren & Grauerholz, 2015). Já a literatura sobre recursos de uso comum examina, em termos gerais, o uso de recursos acessíveis a uma comunidade e de difícil exclusão, como bens coletivos (Policarpo & Santos, 2008).

Os resultados das pesquisas na área indicam que parece haver uma perda no valor de bens ou serviços compartilhados (Arruda et al., 2016; Möhlmann, 2015; Rohden et al., 2015). No contexto do consumo colaborativo, a principal variável que impulsiona a escolha pelo uso ou posse de bens e serviços compartilhados é a economia de custos. Da mesma forma, nos recursos de uso comum, a preservação e sustentabilidade do bem são comprometidas à medida que ele é compartilhado por um maior número de pessoas (Camargo & Haydu, 2016; Nogueira & Vasconcelos, 2016).

Considerando os estudos que sugerem que o valor de um bem diminui com o compartilhamento, o objetivo do Estudo 2 foi avaliar se o valor subjetivo de um bem diminui de maneira sistemática e quantitativa, com base no arcabouço teórico de desconto temporal, probabilístico e social, em situações de escolha. Para isso, investigaram-se os efeitos do aumento no número de pessoas que compartilham o uso de um bem sobre o valor subjetivo desse bem.

Considerando os estudos apresentados que sugerem que o valor diminui com compartilhamento o objetivo do estudo 2 foi avaliar se o valor subjetivo de um bem diminui de forma sistemática e quantitativa com base no arcabouço teórico de desconto temporal, probabilístico e social em situações de escolha. Para isso se investigou os efeitos do aumento do número de pessoas a compartilhar o uso de um bem sobre o valor subjetivo deste.

Método

Participantes

A pesquisa de escolha hipotética (Apêndice B) foi aplicada utilizando um procedimento de amostragem por conveniência, com participantes acima de 18 anos, residentes no Brasil e de diferentes níveis socioeconômicos ou atividades de estudo. O critério de inclusão foi que os participantes, independentemente de gênero, tivessem 18 anos ou mais e pudessem estar envolvidos em qualquer atividade de estudo ou nível socioeconômico.

O critério de exclusão envolveu participantes que não responderam de forma integral ao questionário. Os participantes foram contatados utilizando o método de bola de neve, método não probabilístico, em que o convite a participar da pesquisa é realizado pelos próprios participantes que já responderam o que apoiam a sua divulgação por meio de convite aberto em plataformas digitais, *e-mails* de distribuição e outros canais. Os participantes responderam o questionário (Apêndice B) para estimar o valor a ser pago em cenários de uso e posse de bens em diferentes escalas de compartilhamento.

A amostra foi composta por 33 participantes, sendo 10 do sexo masculino e 23 do sexo feminino. A média de idade dos participantes foi de 51 anos. A maioria dos participantes (24) possuía pós-graduação e não houve participação de indivíduos sem graduação.

As ocupações dos participantes englobam diversas áreas, como empresariado, arquitetura, economia, serviço público, entre outras. Os participantes eram residentes das seguintes cidades: 10 de São Paulo, 15 de Brasília, 4 de Rio de Janeiro, 3 de Campinas e 1 de Fortaleza. Em relação à renda familiar, seis participantes possuem uma renda de até cinco mil reais, quatro têm renda entre R\$ 5 mil e R\$ 10 mil e 23 apresentam uma renda superior a R\$ 10 mil.

Material e equipamento

Foi utilizado um *laptop Hewlett-Packard* com processador Intel Core i3, conexão à internet, *e-mails* e redes sociais para distribuir o questionário (Apêndice B) e coletar as respostas por meio da plataforma *Google Forms*. O objetivo do questionário foi obter informações sobre o quanto os participantes estariam dispostos a pagar pelo uso ou posse de um bem, considerando um aumento progressivo nos níveis de compartilhamento.

O questionário continha 28 itens distribuídos em quatro cenários de consumo de bens: casa de praia, quarto, piscina e lavadora. Para cada cenário, os participantes foram questionados sobre o valor que estariam dispostos a pagar pelo bem, seja adquirindo e/ou usando-o sozinho, ou compartilhando-o com uma, duas, três, quatro, cinco, seis ou sete pessoas. A seguir, será apresentado um exemplo de cenário com as questões para preenchimento e estimativa, conforme ilustrado na Figura 5.

Figure 5

Questionário 2

Situação 1: compra de um imóvel para lazer para usar em férias ou finais de semana prolongados.

Imagine que você está à procura de um imóvel onde possa passar temporadas de férias ou finais de semana prolongados (por exemplo, na praia, no campo ou nas montanhas). O preço médio do imóvel de dois quartos perto da sua região é de R\$500.000,00. Atualmente você tem o recurso disponível para adquirir o imóvel e usufruir dele de forma exclusiva. Porém, há, também, a possibilidade de adquirir o imóvel em parceria com outras pessoas. Dessa forma, poderia economizar dinheiro e o uso do imóvel seria feito de forma intercalada com os demais donos, em períodos previamente combinados com os demais.

Quanto estaria disposto a pagar pelo imóvel nas seguintes situações:

Quantidade de pessoas que adquire a propriedade	Valor a pagar-(Reais \$)
Sozinho	
Em sociedade com mais uma pessoa	
Mais duas pessoas	
Mais três pessoas	
Mais quatro pessoas	
Mais cinco pessoas	
Mais seis pessoas	

Procedimento

Metade dos participantes recebeu o questionário com as perguntas na ordem original, enquanto a outra metade teve o questionário apresentado com as perguntas em ordem invertida. Contudo, a primeira parte do questionário apresentou, para todos, a opção de aceitar ou recusar a participação na pesquisa por meio do TCLE. Essa abordagem foi adotada para contrabalancear as respostas e evitar que a ordem de apresentação influenciasse os resultados.

Em cada pergunta do questionário, foi solicitado que os participantes estimassem quanto estariam dispostos a pagar nas diferentes situações de consumo compartilhado apresentadas. Optou-se pelo procedimento de estimativa como a alternativa mais adequada entre os métodos de pesquisa sobre desconto, devido ao aumento progressivo no número de pessoas com quem o bem seria compartilhado. Esse procedimento exigiu

que os participantes estimassem o valor que estariam dispostos a pagar pelo uso ou posse do bem em cada opção apresentada.

Da mesma forma, o participante foi convidado a quantificar o quanto estaria disposto a pagar pela utilização de um bem, considerando diferentes níveis de rivalidade e um aumento progressivo no número de pessoas com quem o bem seria compartilhado. A duração média do questionário foi de 20 minutos. Os questionários que não foram respondidos integralmente ou que apresentaram os mesmos valores para todas as situações foram excluídos da análise.

Resultados e discussão

Os resultados do presente estudo são apresentados por meio de três tipos de análise. Primeiramente são apresentados os gráficos dos valores subjetivos de desconto para cada cenário de compartilhamento, considerando os sete diferentes pontos de pessoas com quem o bem seria compartilhado. Em segundo são apresentados os valores de R2 para as funções exponencial e hiperbólica nas quatro condições. Finalmente foram calculados os parâmetros de K para cada uma das quatro condições.

Considerando um total de 132 sessões, nas quais os participantes valorizaram um bem para diferentes níveis de compartilhamento, de maneira geral, é possível observar padrões distintos em termos do número ou da porcentagem de sessões no total (132). Entre essas 132 sessões, foram identificados quatro padrões de respostas:

Padrão 1: Respostas que indicam que o participante ou não entendeu a tarefa ou optou por não realizá-la – nove sessões (6,82%). Desses, seis apresentaram todos os valores iguais a zero, dois mostraram valores iguais (mas diferentes de zero) e um apresentou uma sequência de valores subjetivos decrescentes, mas muito acima do valor nominal (mais de 10 vezes o valor nominal).

Padrão 2: Respostas em que os valores subjetivos aumentaram conforme o número de pessoas a compartilhar (NumPesComp), o que sugere que o participante ou não compreendeu a tarefa ou preferiu o uso compartilhado em vez do uso individual – seis sessões (4,55%).

Padrão 3: Respostas em que o valor subjetivo para o uso individual (com uma pessoa) foi igual a zero, seguido por uma curva típica de diminuição nos demais números de pessoas a compartilhar (de duas a sete). Esse padrão pode indicar que o participante não entendeu corretamente a tarefa na primeira questão ou cometeu um erro ao digitar os valores – duas sessões (1,52%).

Padrão 4: Respostas em que os valores subjetivos diminuíram conforme o aumento no número de pessoas a compartilhar (NumPesCom) – 115 sessões (87,12% dos casos).

Padrão 4A: Em 21 casos, houve uma diminuição abrupta do valor subjetivo, que atingiu zero com o aumento de NumPesCom para duas ou três pessoas. Em alguns casos, cinco ou seis valores foram iguais a zero. Embora tenha sido observada uma diminuição no valor subjetivo com o aumento do número de pessoas, a quantidade limitada de pontos (menos de quatro) impediu o cálculo adequado das equações.

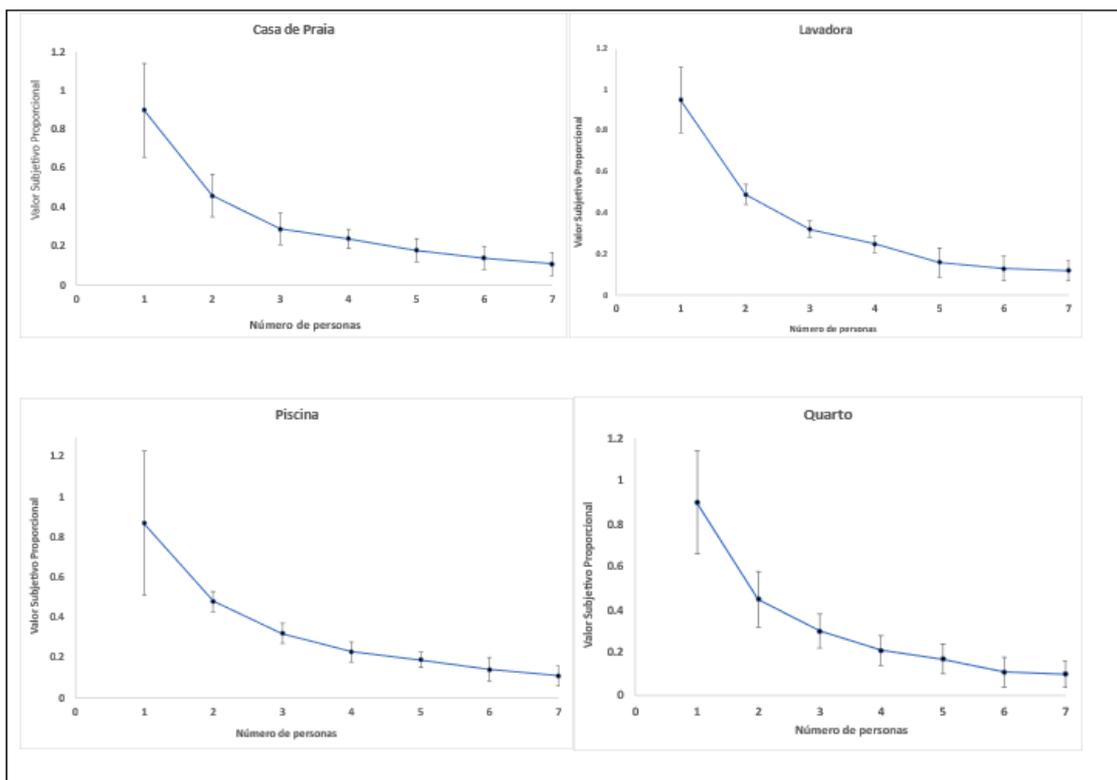
Padrão 4B: Em 83 casos (71,21%), observou-se uma diminuição gradual do valor subjetivo com o aumento do número de pessoas a compartilhar, permitindo o cálculo adequado das equações (mais de três pontos).

Os dados indicam que, na grande maioria dos casos (87,12%), o valor subjetivo diminuiu à medida que aumentava o número de pessoas a compartilhar (NumPesCom), o que corrobora parcialmente a interpretação do fenômeno com base no arcabouço adaptado de desconto temporal. À medida que o número de pessoas que compartilham o bem ou serviço aumenta, o valor subjetivo associado a ele diminui, como ilustrado na

Figura 6. Em cada um dos cenários de consumo compartilhado, observa-se uma diminuição sistemática do valor subjetivo do bem conforme o aumento do NumPesCom.

Figure 6

Valor subjetivo do reforço para quantidade de pessoas a compartilhar nas condições de casa praia, lavadora, piscina e quarto.



Nota: Curva de desconto subjetivo do bem, valor proporcional (eixo y) para sete pontos de compartilhamento de acordo com o número de pessoas (eixo x). Ao valor de desconto subjetivos abrangem a média, média mais desvio padrão e média menos desvio padrão.

As curvas para cada cenário apresentam para cada aumento de NumPesComp de forma sistemática diminuição do valor subjetivo de bem. Isto é possível de se observar para os cenários de Casa Praia, Lavadora, Piscina e Quarto.

Com o objetivo de avaliar mais detalhadamente a interpretação do gráfico, foi necessário verificar se a diminuição no valor subjetivo pode ser adequadamente descrita por uma função hiperbólica ou exponencial. Para isso, foram utilizados apenas os dados

das 83 sessões que apresentaram o Padrão 4B, o que corresponde a 62,88% do total de sessões. Essas 83 sessões foram distribuídas entre as condições experimentais da seguinte forma: 24 sessões da Condição 1, 15 sessões da Condição 2, 20 sessões da Condição 3 e 24 sessões da Condição 4. Assim, a comparação entre as equações exponencial e hiperbólica baseou-se nessas 83 sessões, nas quais os participantes forneceram valores diferentes para pelo menos três situações de compartilhamento considerando o número de pessoas com quem o bem seria compartilhado.

A comparação entre as duas equações foi realizada utilizando os valores dos coeficientes de determinação (r^2) obtidos para cada participante nas quatro condições experimentais (Tabela 11). Os resultados indicaram que o valor de r^2 foi consistentemente maior para a função exponencial do que para a função hiperbólica em todas as condições. A análise estatística, por meio do teste não-paramétrico de Wilcoxon para comparações entre médias, mostrou que o coeficiente de determinação foi significativamente maior para a função exponencial em comparação com a função hiperbólica, com um valor de $p < 0,000$, indicando uma diferença estatisticamente significativa.

Tabela 11

Diferenças do Valor de R2 para as Quatro Condições

Medida R2		
	Hiperbólica	Exponencial
Média	0,73075	0,84395
Mediana	0,74100	0,85700

A equação exponencial, que apresentou um melhor ajuste em comparação com a função hiperbólica, sugere que houve uma redução sistemática e significativa no valor do reforço à medida que aumentava o número de pessoas com quem o bem seria compartilhado. Essa redução ocorre a uma taxa constante, como indicado pela curva exponencial, o que implica que não há reversão nas preferências, uma vez que elas

permanecem estáveis com o aumento no número de pessoas. O melhor ajuste para a equação exponencial também sugere que a redução do valor do bem, com o aumento do número de pessoas com quem ele é compartilhado, não segue o padrão típico de desconto temporal e social (onde a função hiperbólica seria o modelo mais adequado), mas se alinha ao modelo de desconto proposto pela teoria microeconômica neoclássica.

Após a confirmação de que a equação exponencial apresentou um melhor ajuste, foi realizado o teste não-paramétrico (NPar Test) para comparar as médias e medianas do valor de k nas diferentes condições experimentais. O objetivo foi verificar se existiam diferenças significativas nos valores de k em função das variações entre as condições. Para essa análise, foram selecionados apenas os participantes que possuíam dados para todas as quatro condições, resultando em um total de 10 participantes que atenderam a esse critério. Os resultados dessa comparação estão apresentados na Tabela 12.

Tabela 12

Regressões Exponenciais e Valores de k Médios e Medianos por Condição

Condição	Regressão de média e medianas de k	
	Média	Mediana
1	0,32	0,31
2	0,32	0,30
3	0,34	0,33
4	0,30	0,30

Os resultados indicam que não há diferenças significativas entre as condições, com uma média de aproximadamente 0,32 para todas elas. Isso sugere que é possível prever uma diminuição constante no valor do bem à medida que o número de pessoas com quem ele é compartilhado aumenta. A Figura 6 apresenta os gráficos da redução do valor subjetivo do reforço para cada um dos quatro cenários, com o número de pessoas variando de um a sete.

O objetivo do Estudo 2 foi, primeiramente, avaliar se o valor subjetivo de um bem diminui de forma sistemática com o aumento do número de pessoas a compartilhá-lo. Em segundo lugar, caso essa diminuição seja sistemática, o estudo buscou determinar qual função de desconto (exponencial ou hiperbólica) melhor se ajusta aos dados obtidos.

O procedimento utilizado, que consistiu na aplicação de um questionário com método de estimativa para quatro tipos de cenários, demonstrou resultados sistemáticos, indicando que o valor subjetivo de um bem diminui com o aumento do número de pessoas a compartilhá-lo. Quanto ao segundo objetivo, foi possível concluir que a função matemática que melhor descreve os resultados é a função exponencial de desconto. Esses achados sugerem que, no contexto de compartilhamento de bens, o desconto no valor subjetivo do bem corresponde a preferências estáveis, conforme proposto pelo modelo econômico clássico. Aplicando esse modelo ao desconto temporal e social, pode-se inferir que a taxa de desconto associada ao atraso no tempo ou à distância social permanece constante. De maneira similar, no caso do aumento no número de pessoas com quem o bem é compartilhado, a cada unidade adicional de pessoa, a mesma taxa de desconto é aplicada. Ou seja, o valor de um bem diminui exponencialmente com o aumento do número de pessoas.

Os resultados permitem concluir que há um desconto sistemático no valor do reforço à medida que ele é progressivamente compartilhado com um maior número de pessoas. Além disso, foi observado que, das duas funções de desconto testadas (exponencial e hiperbólica), a curva exponencial foi a que apresentou o melhor ajuste aos dados.

Amplitude de número de pessoas talvez seja pequena para concluir sobre a exponencial

Limitação da amplitude, sendo que novos trabalhos deveriam testar amplitude maior.

amostra não representa população do país e pode ser viés importante nos resultados – deve incluir isso na discussão para dimensionar os resultados – deixar claro que os resultados não são generalizáveis para a população

Discussão Geral

O objetivo geral deste estudo foi verificar se o aumento no nível de compartilhamento diminui o valor reforçador de uso ou posse de um bem ou serviço. Para isso, foram realizados dois estudos. O Estudo 1 teve como foco a análise das preferências de consumo de bens compartilhados, visando identificar as consequências reforçadoras e punidoras associadas ao uso desses bens, além do histórico de uso de bens compartilhados e da disposição dos indivíduos em compartilhar o uso desses bens (ou seja, os reforços e punições relacionados ao bem ou serviço). A partir dos resultados do Estudo 1, foram identificados cenários de consumo que serviram como base para a aplicação do método de estimativa no Estudo 2.

No Estudo 1, foi possível observar as principais vantagens e desvantagens associadas ao consumo de bens compartilhados em diferentes tipos de cenário. De forma geral, estudos anteriores (Arruda et al., 2016; Möhlmann, 2015; Rohden et al., 2015) destacam as vantagens do consumo colaborativo ou compartilhado, mas não mencionam desvantagens que possam obstruir ou impedir o uso do consumo compartilhado ou a preservação de bens comuns. Além disso, foram estudadas variáveis como o histórico de consumo para cada cenário e a disposição para o consumo compartilhado em cada um deles. Isso permitiu entender a relação entre o histórico de consumo de um tipo de bem e a disposição para consumi-lo de forma compartilhada (independentemente do número de pessoas envolvidas no compartilhamento).

Tomados em conjunto, os resultados do Estudo 1 identificaram os principais reforçadores para o compartilhamento de bens: a economia de custos e a possibilidade de contribuir para o meio ambiente. Por outro lado, os reforçadores menos importantes incluem a possibilidade de interagir com outras pessoas e obter aprovação de outras pessoas que valorizam o consumo compartilhado.

Em relação aos punidores, os principais fatores negativos associados ao compartilhamento são a falta de controle sobre a manutenção do bem, a indisponibilidade do bem para uso e o risco de desentendimentos com outros usuários. Os punidores de menor importância foram a necessidade de interagir com outras pessoas. Além disso, os resultados sugerem que as pessoas demonstram maior disposição em compartilhar bens com maior histórico de consumo compartilhado, como piscinas e lavadoras, em comparação a bens como carros e casas de férias.

O Estudo 2 teve como objetivo investigar se há um efeito sistemático de desconto no valor do reforço para bens e serviços com maiores graus de compartilhamento e, caso tal efeito fosse identificado, qual curva de desconto melhor se ajustaria a esse fenômeno. Dando continuidade aos resultados do Estudo 1, que indicaram a economia de custos ou menor ônus como a principal vantagem do consumo compartilhado, foram selecionados quatro cenários de consumo para observar o possível desconto do valor subjetivo do bem com o aumento do número de pessoas a compartilhar.

Foi aplicado o método de estimativa utilizado em pesquisas sobre desconto temporal e social (Rachlin, 2006), e, de forma similar aos estudos na área, os resultados desta pesquisa indicaram que há um desconto sistemático do valor subjetivo do bem conforme o número de pessoas a compartilhar aumenta. A curva de desconto que melhor se ajustou aos dados foi a exponencial.

Esses achados sugerem a possibilidade de aplicar o arcabouço teórico do desconto previsto pelo modelo microeconômico neoclássico (Becker & Murphy, 1988; Schweighofer et al., 2006), que propõe a função exponencial para explicar que os valores subjetivos diminuem a uma taxa constante por unidade de tempo (ou seja, por atraso). Neste caso, a unidade manipulada foi o número de pessoas com as quais o bem seria compartilhado, de forma análoga ao atraso do reforço. Esse resultado sugere que o valor

de desconto é constante, sem reversão de preferências, o que permitiria estabelecer um valor fixo de desconto para o aumento no número de pessoas a compartilhar um bem.

Os resultados do presente trabalho indicam que o número de pessoas envolvidas no compartilhamento de bens influencia diretamente o valor que os indivíduos atribuem a esses bens. Além disso, foi possível identificar variáveis que afetam o valor do consumo compartilhado. No contexto deste estudo, a economia de custos e a contribuição para a sustentabilidade ambiental foram reconhecidas como as vantagens mais significativas, superando outras vantagens, como o apoio na luta contra o consumo excessivo ou a possibilidade de interagir com outras pessoas. Por outro lado, as principais desvantagens associadas ao consumo compartilhado envolvem a necessidade de interagir com outras pessoas e a falta de controle sobre a manutenção do bem.

Esses achados têm importantes implicações, pois podem orientar ações para mitigar o impacto negativo do desconto de valor atribuído aos bens compartilhados ou públicos, especialmente no que diz respeito à sua utilização e preservação. Estratégias como o uso de estímulos sinalizadores de consequências podem ser aplicadas para promover comportamentos sustentáveis, como o estabelecimento de metas, avisos sobre comportamentos indesejados e a aplicação de incentivos combinados com retroalimentação, baseados em regras para reforçar comportamentos de preservação (Foxall et al., 2006). Intervenções eficazes podem envolver ferramentas de incentivo por exemplo do descarte correto de lixo, a aplicação de metas de consumo sustentável, o uso de automonitoramento para adesão a essas metas, reforço social por meio de comunidades sustentáveis, feedback de comportamentos sustentáveis por meio de recompensas, entre outras medidas.

Conforme proposto por Terlau & Hirsch (2015), o comportamento do consumidor não é determinado por variáveis imutáveis. Consumidores com escolhas não sustentáveis

podem ser incentivados a adotar comportamentos de consumo coletivo e sustentável. No caso do uso e preservação de bens compartilhados ou de uso comum, além das medidas mencionadas, outras estratégias poderiam ser implementadas como o controle do número máximo de usuários de bens públicos ou compartilhados (Hardin, 1968).

Outra estratégia é o uso de regras autoimpostas pelos grupos de usuários (Ostrom, 2009). Essas abordagens ajudariam a contornar as desvantagens do consumo compartilhados como por exemplo no caso de presente estudo, ter que interagir com outras pessoas ou a falta de controle sobre a manutenção do bem. Essas descobertas abrem novas perspectivas no campo das políticas públicas. Elas são especialmente relevantes no contexto da economia compartilhada, preservação de recursos compartilhados e uso de bens públicos.

Finalmente comparando os cenários do Estudo 1 e 2 com relação ao nível de rivalidade, em que apresentam resultados parecidos entre as condições, a metodologia utilizada pode ter influenciado a similitude entre eles. Dividir custos pode ter se tornado relevante pela forma como o procedimento foi montado, ressaltando os valores monetários. Pesquisas futuras poderiam utilizar outros procedimentos além de elementos monetários para atribuir valor ao reforço do consumo compartilhado ou de CPRs.

Referências

- Acuff, S. F., MacKillop, J., & Murphy, J. G. (2023). A contextualized reinforcer pathology approach to addiction. *Nature Reviews Psychology*, 2(5), 309–323. <https://doi.org/10.1038/s44159-023-00167-y>.
- Ainslie, G., & Herrnstein, R. J. (1981). Preference reversal and delayed reinforcement. *Animal Learning & Behavior*, 9(4), 476–482. <https://doi.org/10.3758/BF03209777>
- Arruda, H. R., Bandeira, E. L., Silva, Á. L. L., & Rebouças, S. M. D. P. (2016). Consumo colaborativo e valores pessoais: O caso da bicicleta compartilhada. *Revista Brasileira de Marketing*, 15(5), 683–698. <https://doi.org/10.5585/remark.v15i5.3370>
- Barnes, S. J., & Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 200–211. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.01.006>
- Beeby, E., & White, K. G. (2013). Preference reversal between impulsive and self-control choice. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 99(3), 260–276. <https://doi.org/10.1002/jeab.23>
- Białaszek, W., Ostaszewski, P., Green, L., & Myerson, J. (2019). On four types of devaluation of outcomes due to their costs: Delay, probability, effort, and social discounting. *The Psychological Record*, 69(3), 415–424. <https://doi.org/10.1007/s40732-019-00340-x>
- Bickel, W. K., Odum, A. L., & Madden, G. J. (1999). Impulsivity and cigarette smoking: delay discounting in current, never, and ex-smokers. *Psychopharmacology*. 146(4), 447–454. <https://doi.org/10.1007/PL00005490>

- Bonafé-Pontes, A. A., Oliveira-Castro, J. M., Foxall, G. R. (2019). When individuals behave as marketing firms: Probability discounting and reputation in peer-to-peer markets. *Managerial and Decision Economic*, 1–6. <https://doi.org/10.1002/mde.3042>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *O que é meu é seu: Como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Bookman.
- Bousquet, F., Bakam, I., Proton, H., & Page, C. (1998). Cormas: common-pool resources and multi-agent systems. *In International conference on industrial, engineering and other applications of applied intelligent systems, Springer*, 826–837. https://doi.org/10.1007/3-540-64574-8_469
- Bremser, K., & Wüst, K. (2021). Money or love-Why do people share properties on Airbnb? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 23–31. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.05.009>
- Britto, B. D. S. M. (2017). Análise do comportamento do consumidor: comparação entre valor relatado e valor gasto com cartão de crédito. *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, 21(3), 402–419. http://doi.org/10.21714/1984-3925_2018v21n3a6
- Call, S. T. & Holahan, W. L. (1983) *Microeconomics*, Wadsworth.
- Camargo, J., & Haydu, V.B. (2016). Fostering the Sustainable use of Common-Pool Resources through Behavioral Interventions: An Experimental Approach. *Behavioral Social Issues*, 25, 61–76. <https://doi.org/10.5210/bsi.v25i0.6328>.
- Catania, A. C. (1999). *Aprendizagem: Comportamento, linguagem e cognição*. Artmed.
- Charlton, S. R., Fantino, E., & Gossett, B. D. (2013). Hyperbolic discounting of delayed social interaction. *Learning & behavior*, 41, 159-167.
- Farhi, E., & Werning, I. (2007). Inequality and social discounting. *Journal of political economy*, 115(3),

- 365–402. <https://doi.org/10.1086/518741> Feeny, D., Berkes, F., McCay, B. J. (1990). The Tragedy of the Commons: Twenty-two years later. *Human Ecology*, 18, 1–19. <https://doi.org/10.1007/BF00889070>
- Farhi, E., & Werning, I. (2007). Inequality and social discounting. *Journal of political economy*, 115(3), 365-402. <http://piketty.pse.ens.fr/files/FarhiWarning2007.pdf>
- Feeney, D., Berkes, F., McCay, B. J., & Acheson, J. M. (1990). The tragedy of the commons: Twenty-two years later. *Human Ecology*, 18(1), 1-19. <https://doi.org/10.1007/BF00889070>
- Fischer, M. E., Irlenbusch, B., & Sadrieh, A. (2004). An intergenerational common pool resource experiment. *Journal of environmental economics and management*, 48(2), 811–836. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2003.12.002>
- Flores-Xolocotzi, R. (2015). Bienes comunes: Un manifiesto. *Polis*, 11(1), 205–212. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332015000100205
- Foxall, G. R. (1998). Radical behaviorist interpretation: Generating and evaluating an account of consumer behavior. *The behavior analyst*, 21(2), 321–354. <https://doi.org/10.1007/BF03391971>
- Foxall, G. R., Oliveira-Castro, J. M., James, V.K., Yani-de-Soriano, M., & Sigurdsson, V. (2006) Consumer Behavior Analysis and Social Marketing: The Case of Environmental Conservation. *Behavior and Social Issues*, 15, 101–125. <https://doi.org/10.5210/bsi.v15i1.338>
- Foxall, G. R., Oliveira-Castro, J. M., James, V. K., & Schrezenmaier, T. C. (2011). Consumer behaviour analysis and the behavioural perspective model. *Management Online Review*, 1–9. <http://www.morexpertise.com/view.php?id=70>

- Ganiats, T. G., Carson, R. T., Hamm, R. M., Cantor, S. B., Sumner, W., Spann, S. J., Hagen, M. D., & Miller, C. (2000). Population-based time preferences for future health outcomes. *Medical Decision Making*, 20(3), 263-270. <https://doi.org/10.1177/0272989X000200030>
- Graessley, S., Horak, J., Kovacova, M., Valaskova, K., & Poliak, M. (2019). Consumer attitudes and behaviors in the technology-driven sharing economy: Motivations for participating in collaborative consumption. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 7(1), 25–30. <https://doi.org/10.22381/JSME7120194>
- Green, L. & Estle, S. J. (2003). Preference reversals with food and water reinforcers in rats. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 79, 233–242. <https://doi.org/10.1901/jeab.2003.79-233>.
- Green, L., & Myerson, J. (2010). Experimental and correlational analyses of delay and probability discounting. In G. J. Madden & W. K. Bickel (Eds.), *Impulsivity: The behavioral and neurological science of discounting* (pp. 67–92). *American Psychological Association*. <https://doi.org/10.1037/12069-003>
- Green, L., Myerson, J., Holt, D. D., Slevin, J. R., & Estle, S. J. (2004). Discounting of delayed food rewards in pigeons and rats: Is there a magnitude effect? *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 81(1), 39–50. <https://doi.org/10.1901/jeab.2004.81-39>
- Hamari, J., Sjöklint, M. Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 1–28. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science*, 162, 1243–1248. <https://doi.org/10.1126/science.162.3859.1243>

- Hart, S. R., Pierson, S., Goto, K., & Giampaoli, J. (2020). Development and initial validation evidence for a mindful eating questionnaire for Children. *Appetite, 129*, 178-185. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.010>
- Hermann, M., Stillhard, P., Wildner, H., Seruggia, D., Kapp, V., Sanchez-Iranzo, Mercander, N., Montoliu, L., Zeilhofer, U., & Pelczar, P. (2014). Binary recombinase systems for high-resolution conditional mutagenesis. *Nucleic acids research, 42*(6), 3894-3907. <https://doi.org/10.1093/nar/gkt1361>
- Johnson, M. D., Galambos, N. L., & Anderson, J. R. (2016). Skip the dishes? Not so fast! Sex and housework revisited. *Journal of Family Psychology, 30*(2), 203. <https://doi.org/10.1037/fam0000161>
- Jones, B., & Rachlin, H. (2006). Social discounting. *Psychological science, 17*(4), 283–286. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01699.x>
- Jones, B. A., & Rachlin, H. (2009). Delay, probability, and social discounting in a public goods game. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior, 91*, 61–73. <https://doi.org/10.1901/jeab.2009.91-61>
- Kaplan, D. (2014, January 30). Collaboratif - Trois questions à... Daniel Kaplan, Fing. *Alliancy magazine*. <https://www.alliancy.fr/collaboratif-trois-questions-a-daniel-kaplan-fing>
- Kirby, K. N., Petry, N. M., & Bickel, W. K. (1999). Heroin addicts have higher discount rates for delayed rewards than non-drug-using controls. *Journal of Experimental psychology: general, 128*(1), 78. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.128.1.78>
- Lichtenstein, S., & Slovic, P. (1971). Reversals of preference between bids and choices in gambling decisions. *Journal of Experimental Psychology, 89*(1), 46–55. <https://doi.org/10.1037/h0031207>

- Locey, M. L., Safin, V., & Rachlin, H. (2013). Social discounting and the prisoner's dilemma game. *Journal of the experimental analysis of behavior*, 99(1), 85–97. <https://doi.org/10.1002/jeab.3>
- Mazur, A. (1986). U.S. trends in feminine beauty and overadaptation. *Journal of Sex Research*, 22(3), 281–303. <https://doi.org/10.1080/00224498609551309>
- Meier, S., & Sprenger, C. (2007). Impatience and credit behavior: evidence from a field experiment. *Federal Reserve Bank of Boston Research Department Working Papers*, 7(03), 1–42. <http://doi.org/10.2139/ssrn.982398>
- Milanova, V., & Maas, P. (2017). Sharing intangibles: Uncovering individual motives for engagement in a sharing service setting. *Journal of Business Research*, 75, 159–171. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.02.002>
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193–207. <https://doi.org/10.1002/cb.1512>
- Moreira, J. M. (2015). *Treino de autocontrole como facilitador de comportamentos saudáveis em indivíduos obesos*. [Tese de doutorado, Universidade de Brasília]. Repositório Institucional da Universidade de Brasília. https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/19436/1/2015_JunniaMariaMoreira.pdf
- Nogueira, E. E., & Vasconcelos, L. (2016). From macrocontingencies to metacontingencies in the Dilemma of Commons. *Brazilian Journal of Behavior Analysis*, 11(2), 104–116. Recuperado de <https://bit.ly/2RTg9fH>
- Odum, A. L., Baumann, A. A., & Rimington, D. D. (2006). Discounting of delayed hypothetical money and food: Effects of amount. *Behavioural processes*, 73(3), 278–284. <https://doi.org/10.1016/j.beproc.2006.06.008>

- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge university press.
- Ostrom, E. (2006). The value-added of laboratory experiments for the study of institutions and common-pool resources. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 61(2), 149–163. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2005.02.008>
- Ostrom, E. (2009). A general framework for analyzing sustainability of social-ecological systems. *Science*, 325(5939), 419–422. Recuperado de <https://bit.ly/3yNqHgX>
- Perren, R., & Grauerholz, L. (2015). Collaborative consumption. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 4(2), 139–144. <http://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.64143-0>
- Pinheiro, R. N. (2017). Comportamento de escolha das partes do processo judicial em audiências de conciliação. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília]. Repositório Institucional da Universidade de Brasília. https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/22984/1/2017_RogérioNeivaPinheiro.pdf
- Policarpo, M. A., & Santos, C. R. (2008). Proposta metodológica de uma gestão integrada e participativa dos recursos naturais de uso comum: a contribuição da análise trade-off. *Revista de estudos ambientais*, 10(2), 71–87. <https://proxy.furb.br/ojs/index.php/rea/article/view/1220>
- Rachlin, H. (2002). Altruism and selfishness. *Behavioral and brain sciences*, 25(2), 239–250. <https://doi.org/10.1017/S0140525X02000055>
- Rachlin, H. (2006). Notes on discounting. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 85(3), 425–435. <https://doi.org/10.1901/jeab.2006.85-05>
- Rachlin, H. (2016). Self-control based on soft commitment. *The Behavior Analyst*, 39, 259–268. <https://doi.org/10.1007/s40614-016-0054-9>

- Rachlin, H., & Green, L. (1972). Commitment, choice and self-control. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, *17*(1), 15–22.
<https://doi.org/10.1901/jeab.1972.17-15>
- Rachlin, H., & Jones, B. A. (2008). Social discounting and delay discounting. *Journal of Behavioral Decision Making*, *21*(1), 29–43. <https://doi.org/10.1002/bdm.567>
- Rachlin, H., & Raineri, A. (1992). Irrationality, impulsiveness, and selfishness as discount reversal effects. In G. Loewenstein & J. Elster (Eds.), *Choice over time* (pp. 93–118). Russell Sage Foundation.
- Rachlin, H., Logue, A. W., Gibbon, J., & Frankel, M. (1986). Cognition and behavior in studies of choice. *Psychological Review*, *93*(1), 33–45.
<https://doi.org/10.1037/0033-295X.93.1.33>
- Rachlin, H., Raineri, A., & Cross, D. (1991). Subjective probability and delay. *Journal of the experimental analysis of behavior*, *55*(2), 233–244.
<http://doi.org/10.1901/jeab.1991.55-233>
- Raineri, A., & Rachlin, H. (1993). The effect of temporal constraints on the value of money and other commodities. *Journal of Behavioral Decision Making*, *6*(2), 77–94. <https://doi.org/10.1002/bdm.3960060202>
- Reynolds, B., Richards, J. B., Horn, K., & Karraker, K. (2004). Delay discounting and probability discounting as related to cigarette smoking status in adults. *Behavioural processes*, *65*(1), 35–42. [http://doi.org/10.1016/s0376-6357\(03\)00109-8](http://doi.org/10.1016/s0376-6357(03)00109-8)
- Richards, J. B., Zhang, L., Mitchell, S. H., & De Wit, H. (1999). Delay or probability discounting in a model of impulsive behavior: effect of alcohol. *Journal of the experimental analysis of behavior*, *71*(2), 121–143.
<http://doi.org/10.1901/jeab.1999.71-121>

- Rohden, S. F., Durayski, F., Teixeira, A. P. P., Montelongo Flores, A., & Rossi, C. A. V. (2015). Consumo colaborativo: economia, modismo ou revolução? *Desenvolve: revista de gestão do Unilasalle*, 4(2), 9–24. <http://doi.org/10.18316/2316-5537.15.1>
- Samuelson, P. A. (1954). The pure theory of public expenditure. *The review of economics and statistics*, 36(4), 387–389. <https://doi.org/10.2307/1925895>
- Schiff S., Amodio P., Testa G., Nardi M., Montagnese S., Caregaro L., Pellegrino, G., & Sellitto, M. (2016). Impulsivity toward food reward is related to BMI: evidence from intertemporal choice in obese and normal-weight individuals. *Brain and Cognition*, 110, 112–119. [10.1016/j.bandc.2015.10.001](https://doi.org/10.1016/j.bandc.2015.10.001)
- Schweighofer, N., Shishida, K., Han, C. E., Okamoto, Y., Tanaka, S. C., Yamawaki, S., & Doya, K. (2006). Humans can adopt optimal discounting strategy under real-time constraints. *PLoS computational biology*, 2(11), e152. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.0020152>
- Sharp, C., Barr, G., Ross, D., Bhimani, R., Ha, C., & Vuchinich, R. (2012). Social discounting and externalizing behavior problems in boys. *Journal of Behavioral Decision Making*, 25(3), 239–247. <https://doi.org/10.1002/bdm.719>
- Silveira, L. M., Petrini, M., & Santos, A. C. M. Z. (2016). Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? *REGE-Revista de Gestão*, 23(4), 298–305. <https://www.revistas.usp.br/rege/article/view/129033>
- Simon, J. (1995). Interpersonal allocation continuous with intertemporal allocation. *Rationality and Society*, 7, 367–392. <https://doi.org/10.1177/104346319500700402>
- Skinner, B. F. (1981). Selection by consequences. *Science*, 213(4507), 501–504. <https://doi.org/10.1126/science.7244649>

- Snyderman, M. (1983). Delay and amount of reward in a concurrent chain. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 39(3), 437–447.
<https://doi.org/10.1901/jeab.1983.39-437>.
- Stieg, M. D., & Dixon, M. R. (2007). Discounting of Past and Future Rewards of Texas Hold'em Gamblers. *European Journal of Behavior Analysis number*, 8(1), 93–97.
<https://doi.org/10.1080/15021149.2007.11434276>
- Strombach, T., Jin, J., Weber, B., Kenning, P., Shen, Q., Ma, Q., & Kalenscher, T. (2014). Charity begins at home: Cultural differences in social discounting and generosity. *Journal of Behavioral Decision Making*, 27(3), 235–245.
<https://doi.org/10.1002/bdm.1802>
- Terlau, W., & Hirsch, D. 2015. Sustainable consumption and the attitude-behaviour-gap phenomenon-causes and measurements towards a sustainable development. *Proceedings in Food System Dynamics*, 199-214.)
DOI: <https://doi.org/10.18461/pfsd.2015.1516>
- Vekaria, K. M., Brethel-Haurwitz, K. M., Cardinale, E. M., Stoycos, S. A., & Marsh, A. A. (2017). Social discounting and distance perceptions in costly altruism. *Nature Human Behaviour*, 1(5), 1–7. <https://doi.org/10.1038/s41562-017-0100>
- Walker, J. M., & Gardner, R. (1992). Probabilistic destruction of common-pool resources: experimental evidence. *The Economic Journal*, 102(414), 1149–1161.
<https://doi.org/10.2307/2234382>
- Walker, J. M., Gardner, R., & Ostrom, E. (1990). Rent dissipation in a limited-access common-pool resource: Experimental evidence. *Journal of Environmental Economics and Management*, 19(3), 203–211. [https://doi.org/10.1016/0095-0696\(90\)90069-B](https://doi.org/10.1016/0095-0696(90)90069-B)

- Wilkinson, N., Klaes M. (2018). *An introduction of behavioral economics*. Palgrave-MacMillan: London.
- Zhang, S., & Feng, T. (2020). Modeling procrastination: Asymmetric decisions to act between the present and the future. *Journal of Experimental Psychology: General*, *149*(2), 311–322. <https://doi.org/10.1037/xge0000643>
- Ziero, J. G. (2010). Tragédia dos comuns? condomínios exclusivos, instituições regulatórias e cooperação. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília]. <http://repositorio.unb.br/handle/10482/9370>

Apêndices

Apêndice A - Questionário de Bens Compartilhados

Questionário consumo de bens e serviços

Prezado(a),

Você está sendo convidado a responder a uma pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Ciências do Comportamento do Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília - UnB que visa compreender a sua opinião em relação a posse e ou uso compartilhado de bens ou serviços.

A presente pesquisa é coordenada pela estudante de Doutorado em Ciências do Comportamento da Universidade de Brasília, Andrea Jamett sob orientação do Professor Dr. Jorge Oliveira Castro. O tempo estimado para preencher todo o questionário é de, aproximadamente, quinze minutos.

Sua participação é anônima, voluntária e pode ser interrompida a qualquer momento, sem que isso acarrete nenhum prejuízo a você. Os dados desta pesquisa são confidenciais e serão analisados conjuntamente, de forma que não seja possível identificar nenhum participante.

Em caso de dúvidas, entre em contato pelo e-mail andrea.jamett@aluno.unb.br.

Você concorda em participar desta pesquisa?

*Sim

Seção 2 de 8

Situação: Genérica

Suponha que existe a possibilidade de compartilhar o uso ou posse de alguns bens ou serviços com outras pessoas que não são da sua família ou amigos próximos. A seguir serão apresentadas algumas situações de consumo compartilhado para conhecer a respeito da sua opinião. Não há respostas certas, queremos conhecer suas preferências.

Assinale para as questões abaixo o seu grau de concordância com as afirmações levando em conta o cenário acima

“Uma das principais vantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparado com a situação de usá-los exclusivamente, é a economia de custos:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente, é a oportunidade de interagir com outras pessoas:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente, é a possibilidade de contribuir para a sustentabilidade ambiental:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente, é ter a aprovação do meu círculo de conhecidos:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente, é o fato de apoiar à luta contra o consumo excessivo:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é: Outro”

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente, é ter que interagir com outras pessoas:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente, é não ter controle sobre a manutenção do bem:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente, é não ter disponibilidade de uso a qualquer momento:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente, é o risco de se indispor com outros usuários:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparados com a situação de usá-los exclusivamente é :outro”

Assinale abaixo o quanto estaria disposta(o) a compartilhar o uso de bens e serviços, quando comparado com a situação de usá-los exclusivamente, sendo 1 a menor disposição e 5 a maior disposição.

1 (nem um pouco disposto)

2 (algo disposto)

3 (medianamente disposto)

4 (disposto)

5 (extremamente disposto)

No passado, já compartilhou o uso de bens e serviços com outras pessoas?

frequentemente

as vezes

raramente

nunca

Seção 3 de 8

Situação: Casa para passar férias

Imagine que você tenha a oportunidade de passar férias por 15 dias numa praia. Existe a opção de alugar com outras pessoas desconhecidas. A outra opção é alugar uma casa de forma exclusiva. Em ambos os casos a pessoa teria o mesmo número de quartos para sua família e banheiros privativos.

Assinale para as questões abaixo o seu grau de concordância com as afirmações levando em conta o cenário acima:

“Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é a economia de custos:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é a possibilidade de interagir com outras pessoas:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é a oportunidade de contribuir para apoiar a sustentabilidade ambiental:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é ter a aprovação do meu círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é ter alguém para me ajudar nas atividades de manutenção da casa:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é a possibilidade de receber ajuda no caso de ficar doente:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é: outro”

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é ter que interagir com outras pessoas:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é não ter controle sobre a utilização, manutenção e higiene do ambiente:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é não ter disponibilidade de uso do espaço por inteiro:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é o risco de se indispor com outros usuários:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas é: outro”

Assinale abaixo o quanto estaria disposta(o) a compartilhar o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas, sendo 1 a menor disposição e 5 a maior disposição.

1 (nem um pouco disposto)

2 (algo disposto)

3 (medianamente disposto)

4 (disposto)

5 (extremamente disposto)

No passado, já compartilhou o aluguel de uma casa para passar férias com outras pessoas?

frequentemente

as vezes

raramente

nunca

Seção 4 de 8**Situação: Compra e uso de carro**

Suponha que exista a possibilidade de comprar um carro em conjunto com vizinhos de forma que o uso do carro seja distribuído por um esquema de revezamento e compartilhamento combinado entre todos. A outra opção seria a compra de um carro próprio para uso exclusivo seu.

Assinale para as questões abaixo o seu grau de concordância com as afirmações levando em conta o cenário acima:

“Uma das principais vantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é a economia de custos:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é a possibilidade de interagir com outras pessoas: “

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é contribuir para a sustentabilidade ambiental:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é ter a aprovação do meu círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é a possibilidade de dividir os custos e atividades necessárias para manutenção do carro:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é:outro”

“Uma das principais desvantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é ter que interagir com outras pessoas:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é não ter controle sobre a utilização, manutenção e higiene do ambiente:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é não ter disponibilidade de uso 100% do tempo:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é o risco de se indispor com outros usuários:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de comprar e usar um carro com outras pessoas é:outro”

"Assinale abaixo o quanto estaria disposta(o) a comprar e usar um carro com outras pessoas, sendo 1 a menor disposição e 5 a maior disposição"

1 (nem um pouco disposto)

2 (algo disposto)

3 (medianamente disposto)

4 (disposto)

5 (extremamente disposto)

No passado, já compartilhou a compra e uso de um carro com outras pessoas?

frequentemente

as vezes

raramente

nunca

Sección 5 de 8

Situação: Aluguel de quarto de hotel em um congresso

Imagine que você esteja a procurar uma hospedagem para um evento (por exemplo, encontro, congresso, seminário) de uma semana em cidade distante de onde mora.. Você teria a possibilidade de dividir o quarto com colegas e gastar menos com hospedagem.

Assinale para as questões abaixo o seu grau de concordância com as afirmações levando em conta o cenário acima

“Uma das principais vantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é a economia de custos:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é conviver com outras pessoas: “

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é contribuir para a sustentabilidade ambiental:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é ter a aprovação do meu círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

**“Uma das principais vantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é
:outro”**

**“Uma das principais desvantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é ter
que interagir com outras pessoas:”**

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

**“Uma das principais desvantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é não
ter controle sobre a utilização e higiene do ambiente:”:**”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

**“Uma das principais desvantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é não
ter disponibilidade de uso do espaço completo:”**

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é o risco de se indispor com outros usuários:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar a hospedagem com colegas é: outro”

Assinale abaixo o quanto estaria disposta(o) a alugar para um congresso, numa cidade distante de onde você mora, um quarto de hotel espaçoso com colegas, sendo 1 a menor disposição e 5 a maior disposição.

1 (nem um pouco disposto)

2 (algo disposto)

3 (medianamente disposto)

4 (disposto)

5 (extremamente disposto)

No passado, já compartilhou um quarto de hotel espaçoso com colegas?

frequentemente

as vezes

raramente

nunca

Seção 6 de 8

Situação: Piscina em condomínio

Suponha que está decidindo a compra de uma casa com a alternativa de compartilhar o uso de uma piscina com vizinhos em um condomínio ou a alternativa de ter piscina exclusiva. São aproximadamente 30 casas no condomínio.

Assinale para as questões abaixo o seu grau de concordância com as afirmações levando em conta o cenário acima.

“Uma das principais vantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é a economia de custos:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é a possibilidade de interagir com outras pessoas:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é contribuir para a sustentabilidade ambiental:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é ter a aprovação do meu círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é ter alguém para me ajudar nas atividades de manutenção da piscina:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais vantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é: outro”

“Uma das principais desvantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é ter que interagir com outras pessoas:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é não ter controle sobre a utilização, manutenção e higiene do ambiente:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é o risco de se indispor com outros usuários:”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens de compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas é:outro”

Concordo totalmente

Concordo mais ou menos

Não concordo, nem discordo

Discordo mais ou menos

Discordo totalmente

Assinale abaixo o quanto estaria disposta(o) a compartilhar a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas.

1 (nem um pouco disposto)

2 (algo disposto)

3 (medianamente disposto)

4 (disposto)

5 (extremamente disposto)

No passado, já compartilhou a propriedade e uso de uma piscina com outras pessoas?

frequentemente

as vezes

raramente

nunca

Seção 7 de 8

Situação: Uso de lavadora e secadora de roupas.

Suponha que exista a possibilidade de comprar em conjunto com vizinhos da sua moradia, um conjunto de lavadora e secadora de roupas de alta qualidade que ficaria disponibilizada num espaço comum para ser utilizada em esquema de revezamento. A outra possibilidade é a compra e utilização de lavadora e secadora de forma exclusiva sua na sua moradia.

Assinale para as questões abaixo o seu grau de concordância com as afirmações levando em conta o cenário acima:

“Uma das principais vantagens de eu compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é a economia de custos:”

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

"Uma das principais vantagens de eu compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é a possibilidade de interagir com outras pessoas:"

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

"Uma das principais vantagens de eu compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas é contribuir para a sustentabilidade ambiental:"

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

Uma das principais vantagens de eu compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é ter a aprovação do meu círculo de conhecidos que valorizam o consumo compartilhado:"

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

"Uma das principais vantagens de eu compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é ter alguém para cuidar das atividades de manutenção das maquinarias:"

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

"Uma das principais vantagens de eu compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é: outro"

“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é ter que interagir com outras pessoas:”

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é a falta de controle sobre a utilização, manutenção e higiene das maquinarias:”

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é a falta de disponibilidade de uso em tempo completo:”

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é o risco de se indispor com outros usuários:”

Concordo totalmente

Concordo

Não concordo, nem discordo

Discordo

Discordo totalmente

“Uma das principais desvantagens que me faz evitar compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas é outro:”

Assinale abaixo o quanto estaria disposta a compartilhar o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas, sendo 1 a menor disposição e 5 a maior disposição.

5 (extremamente disposto)

4 (disposto)

3 (medianamente disposto)

2 (algo disposto)

1 (nem um pouco disposto)

No passado, já compartilhou o uso de lavadora e secadora de roupas com outras pessoas?

frequentemente

as vezes

raramente

nunca

Dados Demográficos

Por gentileza, finalize respondendo a essas questões sobre você:

Sexo:

Feminino

Masculino

Sua idade (apenas números, em anos):

Sua escolaridade:

Ensino Fundamental incompleto

Ensino Fundamental completo

Ensino Médio incompleto

Ensino Médio completo

Ensino Superior incompleto

Ensino Superior incompleto

Pós-graduação

Ocupação ou profissão atual:

Faixa de renda mensal própria ou familiar:

Até R\$ 2500,00

De R\$ 2501,00 a R\$ 5000,00

De R\$ 5000,00 a R\$ 10.000

Acima de R\$10.000

Outro

Cidade e UF de residência (ex: Brasília/DF):

Apêndice B - Questionário Níveis de Compartilhamento de um Bem

Prezado(a),

Você está sendo convidado a responder a uma pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Ciências do Comportamento do Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília - UnB que visa compreender a sua opinião em relação a posse e ou uso compartilhado de bens ou serviços.

A presente pesquisa é coordenada pela estudante de Doutorado em Ciências do Comportamento da Universidade de Brasília, Andrea Jamett sob orientação do Professor

Dr. Jorge Oliveira Castro. O tempo estimado para preencher todo o questionário é de, aproximadamente, quinze minutos.

Sua participação é anônima, voluntária e pode ser interrompida a qualquer momento, sem que isso acarrete nenhum prejuízo a você. Os dados desta pesquisa são confidenciais e serão analisados conjuntamente, de forma que não seja possível identificar nenhum participante.

Em caso de dúvidas, entre em contato pelo e-mail andrea.jamett@aluno.unb.br.

Você concorda em participar desta pesquisa?

*Sim

A pesquisa procura estimar o valor de serviços e unidades relacionados a diferentes situações e ramos de produtos e serviços. Não há respostas certas. Queremos saber suas preferências.

Situação 1: compra de um imóvel para lazer para usar em férias ou finais de semana prolongados.

Imagine que você está à procura de um imóvel onde possa passar temporadas de férias ou finais de semana prolongados (por exemplo, na praia, no campo ou nas montanhas). O preço médio do imóvel de dois quartos perto da sua região é de R\$500.000,00. Atualmente você tem o recurso disponível para adquirir o imóvel e usufruir dele de forma exclusiva. Porém, há, também, a possibilidade de adquirir o imóvel em parceria com outras pessoas. Dessa forma, poderia economizar dinheiro e o uso do imóvel seria feito de forma intercalada com os demais donos, em períodos previamente combinados com os demais.

Quanto estaria disposto a pagar pelo imóvel nas seguintes situações:

Quantidade de pessoas que adquire a propriedade: 6 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que adquire a propriedade: 5 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que adquire a propriedade: 1 pessoa

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que adquire a propriedade: 3 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que adquire a propriedade: 2 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que adquire a propriedade: 4 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que adquire a propriedade: 7 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Situação 2: Uso e posse de Piscina.

Suponha que você está pensando na possibilidade de comprar uma casa em um condomínio. Há opções de casas com piscina compartilhada ou com piscina privativa. No caso da casa com piscina exclusiva há uma taxa extra no valor da compra de R\$ 15.000,00.

Quanto estaria disposto a pagar pela piscina nas seguintes situações:

Quantidade de casas que compartilha a piscina: 1 casa (a sua de forma exclusiva)

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de casas que compartilha a piscina: 5 casas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de casas que compartilha a piscina: 2 casas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de casas que compartilha a piscina: 7 casas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de casas que compartilha a piscina: 4 casas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de casas que compartilha a piscina: 6 casas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de casas que compartilha a piscina: 3 casas

Valor a pagar (Reais):

*

Situação 3: aluguel de quarto de hotel para um congresso

Imagine que você está procurando uma hospedagem para poder participar de um congresso de uma semana que será realizado numa cidade distante de onde você mora. O aluguel de um quarto de hotel espaçoso, para uso exclusivo, custa, em média, R\$ 1100,00. Você ainda teria a possibilidade de dividir o quarto com colegas e gastar menos com hospedagem.

Quanto estaria disposto a pagar pelo aluguel de quarto nas seguintes situações:

Descrição (opcional)

Quantidade de pessoas que aluga o quarto: 5 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que aluga o quarto: 7 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que aluga o quarto: 1 pessoa (você)

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que aluga o quarto: 6 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que aluga o quarto: 2 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que aluga o quarto: 4 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que aluga o quarto: 3 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Situação 4: Uso de lavadora e secadora de roupas

Suponha que você está interessado em comprar uma lavadora e secadora de roupas de última geração. O aparelho, além de lavar e secar, tira manchas de roupas brancas e coloridas, melhora a qualidade da cor e duração dos tecidos. Assim que a roupa fica seca, a máquina passa e dobra as peças lavadas. O aparelho custa R\$8.000,00. Uma outra opção seria comprar e usar a máquina em acordo com seus vizinhos e disponibilizá-la em um espaço comum para ser utilizada em esquema de revezamento. Quanto estaria disposto a pagar pela lavadora nas seguintes situações:

Quantidade de pessoas que compartilha a lavadora: 7 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que compartilha a lavadora: 3 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que compartilha a lavadora: 6 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que compartilha a lavadora: 2 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que compartilha a lavadora: 4 pessoas

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que compartilha a lavadora: 1 pessoa (você)

Valor a pagar (Reais):

*

Quantidade de pessoas que compartilha a lavadora: 5 pessoas

Valor a pagar (Reais):

Dados Demográficos

Por gentileza, finalize respondendo a essas questões sobre você:

Sexo:

Feminino

Masculino

Sua idade (apenas números, em anos):

Sua escolaridade:

Ensino Fundamental incompleto

Ensino Fundamental completo

Ensino Médio incompleto

Ensino Médio completo

Ensino Superior incompleto

Ensino Superior completo

Pós-graduação

Ocupação ou profissão atual:

Faixa de renda mensal própria ou familiar:

Até R\$ 2500,00

De R\$ 2501,00 a R\$ 5000,00

De R\$ 5000,00 a R\$ 10.000

Acima de R\$10.000

Outro

Cidade e UF de residência (ex: Brasília/DF):