



Conectando vidas
Construindo conhecimento



XXXIII SIC SALÃO INICIAÇÃO CIENTÍFICA

Evento	Salão UFRGS 2021: SIC - XXXIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2021
Local	Virtual
Título	A DISCRIMINAÇÃO SOCIAL DE ALGORITMO NO ÂMBITO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO DA PLATAFORMA UBER
Autor	WITOR FLORES DA SILVA
Orientador	CLAUDIA LIMA MARQUES

A DISCRIMINAÇÃO SOCIAL DE ALGORITMO NO ÂMBITO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO DA PLATAFORMA UBER

As relações de consumo do século XXI têm se diversificado rapidamente com o avanço do desenvolvimento tecnológico, promovido pela criação de plataformas que geram novos padrões de acesso a produtos e serviços. Dentro desse novo espaço, algumas plataformas, como é o caso da Uber, têm utilizado ferramentas algorítmicas que restringem o acesso e impedem usuários dos serviços a solicitarem corrida em determinados horários e localidades, com a efetivação do bloqueio do sistema para áreas que são consideradas de risco. Essa atividade impeditiva do aplicativo tem gerado desconforto em muitos consumidores, por revelar situação discriminatória, dado que a maioria da indisponibilização dos serviços ocorre em camadas periféricas, de regiões mais pobres das cidades; e pela ausência de transparência e fornecimento de informações a respeito de quais são as localidades consideradas potencialmente mais arriscadas, e com base em quais dados são calculados os alegados riscos de segurança pública. O objetivo da pesquisa consiste em verificar quais os impactos jurídicos causados a partir do impedimento do consumidor em fazer uso da plataforma Uber, sem receber informações adequadas e claras a respeito da indisponibilização dos serviços a camadas socialmente selecionadas. A metodologia adotada para esta pesquisa é a hipotético-dedutiva. Resultados: A utilização de algoritmos que não fornecem claramente quais são os critérios para se impedir o consumidor de fazer uso dos serviços de transporte do aplicativo, violam seus direitos básicos como o acesso à informação, a igualdade das contratações, bem como ao próprio mercado de consumo e a proteção de dados. Os consumidores precisam ter assistidos os seus direitos de acesso ao consumo, sobretudo aos serviços essenciais de dimensão constitucional, como o transporte. A quebra da transparência e do princípio da isonomia à oferta e à contratação desse serviço gera potencial ofensa discriminatória, pois, os critérios de bloqueio mostram-se sujeitos a arbitrariedades do fornecedor.