

**II CONGRESSO INTERNACIONAL DE
DIREITO E INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL**

RELAÇÕES DE TRABALHO E TECNOLOGIA

R382

Relações de Trabalho e Tecnologia [Recurso eletrônico on-line] organização Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial: Skema Business School – Belo Horizonte;

Coordenadores: Ana Carolina Reis Paes Leme; Leonardo Vieira Wandelli; Rômulo Soares Valentini. – Belo Horizonte:Skema Business School, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-271-2

Modo de acesso: www.conpedi.org.br

Tema: Um olhar do Direito sobre a Tecnologia

1. Direito. 2. Inteligência Artificial. 3. Tecnologia. II. Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (1:2021 : Belo Horizonte, MG).

CDU: 34



II CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

RELAÇÕES DE TRABALHO E TECNOLOGIA

Apresentação

Renovando o compromisso assumido com os pesquisadores de Direito e tecnologia do Brasil, é com grande satisfação que a SKEMA Business School e o CONPEDI – Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito apresentam à comunidade científica os 12 livros produzidos a partir dos Grupos de Trabalho do II Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (II CIDIA). As discussões ocorreram em ambiente virtual ao longo dos dias 27 e 28 de maio de 2021, dentro da programação que contou com grandes nomes nacionais e internacionais da área em cinco painéis temáticos e o SKEMA Dialogue, além de 354 inscritos no total. Continuamos a promover aquele que é, pelo segundo ano, o maior evento científico de Direito e Tecnologia do Brasil.

Trata-se de coletânea composta pelos 255 trabalhos aprovados e que atingiram nota mínima de aprovação, sendo que também foram submetidos ao processo denominado double blind peer review (dupla avaliação cega por pares) dentro da plataforma PublicaDireito, que é mantida pelo CONPEDI. Os oito Grupos de Trabalho originais, diante da grande demanda, se transformaram em doze e contaram com a participação de pesquisadores de vinte e um Estados da federação brasileira e do Distrito Federal. São cerca de 1.700 páginas de produção científica relacionadas ao que há de mais novo e relevante em termos de discussão acadêmica sobre a relação da inteligência artificial e da tecnologia com os temas acesso à justiça, Direitos Humanos, proteção de dados, relações de trabalho, Administração Pública, meio ambiente, formas de solução de conflitos, Direito Penal e responsabilidade civil.

Os referidos Grupos de Trabalho contaram, ainda, com a contribuição de 36 proeminentes professoras e professores ligados a renomadas instituições de ensino superior do país, os quais indicaram os caminhos para o aperfeiçoamento dos trabalhos dos autores. Cada livro desta coletânea foi organizado, preparado e assinado pelos professores que coordenaram cada grupo. Sem dúvida, houve uma troca intensa de saberes e a produção de conhecimento de alto nível foi, mais uma vez, o grande legado do evento.

Neste norte, a coletânea que ora torna-se pública é de inegável valor científico. Pretende-se, com esta publicação, contribuir com a ciência jurídica e fomentar o aprofundamento da relação entre a graduação e a pós-graduação, seguindo as diretrizes oficiais. Fomentou-se, ainda, a formação de novos pesquisadores na seara interdisciplinar entre o Direito e os vários

campos da tecnologia, notadamente o da ciência da informação, haja vista o expressivo número de graduandos que participaram efetivamente, com o devido protagonismo, das atividades.

A SKEMA Business School é entidade francesa sem fins lucrativos, com estrutura multicampi em cinco países de continentes diferentes (França, EUA, China, Brasil e África do Sul) e com três importantes creditações internacionais (AMBA, EQUIS e AACSB), que demonstram sua vocação para pesquisa de excelência no universo da economia do conhecimento. A SKEMA acredita, mais do que nunca, que um mundo digital necessita de uma abordagem transdisciplinar.

Agradecemos a participação de todos neste grandioso evento e convidamos a comunidade científica a conhecer nossos projetos no campo do Direito e da tecnologia. Já está em funcionamento o projeto Nanodegrees, um conjunto de cursos práticos e avançados, de curta duração, acessíveis aos estudantes tanto de graduação, quanto de pós-graduação. Em breve, será lançada a pioneira pós-graduação lato sensu de Direito e Inteligência Artificial, com destacados professores da área. A SKEMA estrutura, ainda, um grupo de pesquisa em Direito e Inteligência Artificial e planeja o lançamento de um periódico científico sobre o tema.

Agradecemos ainda a todas as pesquisadoras e pesquisadores pela inestimável contribuição e desejamos a todos uma ótima e proveitosa leitura!

Belo Horizonte-MG, 09 de junho de 2021.

Prof^a. Dr^a. Geneviève Daniele Lucienne Dutrait Poulingue

Reitora – SKEMA Business School - Campus Belo Horizonte

Prof. Dr. Edgar Gastón Jacobs Flores Filho

Coordenador dos Projetos de Direito da SKEMA Business School

UBERIZAÇÃO DO TRABALHO: TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DESAFIOS NO ACESSO À DIREITOS

UBERIZACIÓN DEL TRABAJO: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y RETOS EN EL ACCESO A LOS DERECHOS

Brenda Almeida Castagnol ¹

Resumo

A presente pesquisa consiste no estudo da uberização partindo da análise do capitalismo cognitivo e como tal afeta o Direito do Trabalho. O desenvolvimento desenfreado das tecnologias disruptivas alinhada com o marketing, deturpa a visão dos motoristas, como também da própria sociedade, dos juristas e até mesmo do Estado. Através de conclusões preliminares, pode-se afirmar que há omissão de informações que torna o trabalhador apenas um mero objeto dos algoritmos, visando a captura de suas emoções de modo que não haja percepção da lesão de seus direitos.

Palavras-chave: Uberização, Tecnologia, Trabalho, Direito, Marketing, Algoritmos

Abstract/Resumen/Résumé

Esta investigación consiste en el estudio de la uberización a partir del análisis del capitalismo cognitivo y cómo afecta al Derecho Laboral. El desarrollo desenfreado de tecnologías disruptivas en línea con el marketing, distorsiona la visión de los conductores, así como de la propia sociedad, los abogados e incluso el Estado. A través de conclusiones preliminares, se puede decir que existe omisión de información que convierte al trabajador en un mero objeto de los algoritmos, con el objetivo de capturar sus emociones para que no se perciba la lesión de sus derechos.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Uberización, Tecnología, Trabajo, Derecho, Marketing, Algoritmos

¹ Graduanda em Direito, modalidade Integral, pela Escola Superior Dom Helder Câmara.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A presente pesquisa tem seu nascedouro no tema que aborda a questão da uberização do trabalho, termo que é utilizado para designar a crescente onda de trabalho informal que surgiu com a nova tendência de uso das plataformas digitais. Dessa forma, os trabalhadores vendem sua mão-de-obra pelo intermédio de um aplicativo, utilizando-se de bens privados, como o celular e o carro para atender as demandas advindas da empresa em questão, nesse caso a Uber, havendo a sinalização do algoritmo¹ das ações que devem ser tomadas pelo motorista, de forma que tal deve seguir os seus comandos.

A problemática em torno do assunto refere-se à precarização do trabalho, visto que trata-se de um modelo disruptivo, pois há uma subordinação do trabalhador por meio de comandos eletrônicos sem que ele perceba que está submisso a tal, fazendo com que a Uber crie o monopólio de uma rede de pessoas ao seu serviço, afirmando que são “trabalhadores autônomos”, enquanto na verdade estão em meio a neblina que cega-os de forma a não perceber a sinalização, que neste caso são seus direitos. (LEME, 2019).

Partindo do *marketing*, a Uber usa do jogo de palavras para manipular não somente os motoristas, como também todo corpo social, dentre eles os próprios juristas e o Estado, vendendo a ideia que o trabalhador é o seu próprio chefe, utilizando-se da doutrina do capitalismo da emoção, que por meio de campanhas publicitárias convencem que não há lesão dos direitos, pregando a autonomia do condutor, que por si só escolher trabalhar em busca de uma “renda complementar”, não como propriamente um empregado, pois como afirma a empresa, os trabalhadores tornam-se seus próprios empresários, desvinculando assim de responsabilidades referentes aos direitos trabalhistas, manutenção de carro, combustível e dentre outros.

A pesquisa que se propõe, na classificação de Gustin, Dias e Nicácio (2020), pertence à vertente metodológica jurídico-social. No tocante ao tipo genérico de pesquisa, foi escolhido o tipo jurídico-projetivo. O raciocínio desenvolvido no trabalho é predominantemente dialético e quanto ao gênero de pesquisa, foi adotada a pesquisa teórica. Portanto, propõe-se a analisar a forma na qual a empresa Uber se legitima através do uso de algoritmos e do *marketing*, como também as barreiras para a consolidação da jurisprudência.

¹ Algoritmo é um conjunto metódico de passos que pode ser usado na realização de cálculos, na resolução de problemas e na tomada de decisões. Não se trata de um cálculo específico, mas do método empregado quando se fazem cálculos. (HARARI, 2016, p. 91-92).

2. MARKETING: ESTRATÉGIAS DE PROPAGANDA COMO MANIPULAÇÃO DA REALIDADE

As estratégias de marketing promovidas pela Uber, como já abordado, vendem uma ideia de liberdade utópica, que o motorista é o seu próprio chefe, utilizando o capitalismo da emoção para lidar com o emocional dos trabalhadores e consumidores do aplicativo. Assim, cria-se um impedimento da ação do poder regulatório, visto que eles estarão vendados à política adotada pela empresa, que a Uber promove de “tornar possível o sonho do empreendedorismo”, que cria a “possibilidade de flexibilidade da rotina de trabalho”, como exposto por Ana Leme no seguinte trecho retirado de seu livro “Da Máquina à nuvem”:

Portanto, sob a ótica do acesso à Justiça, é evidente que o marketing é uma forma de obscurecer e, portando, desencorajar o motorista a lutar por seus direitos, pois logo no estágio inicial do processo de reconhecimento da violação do direito, o trabalhador é manipulado pela doutrina do “empreendedorismo”. É como descer do carro, mas ser convencido, como estratégias sagazes de manipulação, de que dirigir na neblina é seguro e, realmente, muito bom. (LEME, 2019, p. 63).

A autora utiliza da metáfora da neblina para remeter-se ao trabalhador que não consegue enxergar a lesão de seus direitos, que a própria Uber não permite que tais saiam dessa condição, pois o marketing juntamente com os algoritmos são responsáveis por deturpar a visão dos motoristas sobre a sua própria realidade que está em sua frente, mas que mesmo assim não faz-se possível vê-la, pois os motoristas estão presos aos dizeres sedutores e contemporâneos da empresa promovido pelo *marketing*.

Através da “política do *marketing-oriented*”², a Uber utiliza de artifícios de controle para não haver a regulamentação do trabalho exercido pela empresa, fazendo com que os indivíduos comprem suas ideias, como ocorrido no Carnaval do Rio, onde ficou à posto da população diversos serviços, como barracas no calçadão, duchas de água, que foram colocados na rua de forma a criar uma conexão entre a Uber e o seu consumidor. Em relação ao poder estatal, a empresa adotou uma campanha de arrecadação de insumos para as pessoas carentes, de maneira a andar “lado a lado” com o Estado, e ao mesmo tempo causar uma comoção populacional. (LEME, 2019).

Sendo assim, fica evidente que a Uber utiliza dos artifícios do marketing para a promoção da manipulação em todos os âmbitos da esfera pública, e que não se trata de apenas “beco” ou “hora extra”, e sim de uma forma de sustento necessária para o subsídio daquele

² DE MAIS, Domenico. Alfabeto da sociedade desorientada: para entender o nosso tempo. Tradução de Federico Carotti e Silvana Cobucci. São Paulo: Objetiva, 2017. p.318.

trabalhador, que é imerso a um universos de possibilidades que é mostrado nas propagandas da Uber, mas que difere-se muito da realidade na qual é abarcado, de dificuldade de acesso à direitos, uma rotina árdua de trabalho, baixa remuneração e uma falta de consciência que faz com que os trabalhadores continuem a dirigir submersos a uma névoa que impede a consolidação da jurisprudência.

3. O ALGORITMO COMO ESTRATÉGIA DE CONTROLE DO TRABALHO

Os motoristas se deparam com mensagens do tipo: “tem certeza que irá ficar *off-line*?” como forma de incentivo para que ele trabalhe cada vez mais, aceitando uma, duas, três corridas, depois mais outra, tornando-se assim um ciclo e refém do algoritmo que controla não só o tempo de trabalho, como também as rotas e até mesmo as estrelas que são recebidas. Assim, quando o motorista atinge uma média menor que “4.6”, recebe advertência que poderão ocasionar no seu desligamento de prestação de serviços para o aplicativo, como fica explicito no seguinte trecho:

O que garante o nível de qualidade da plataforma Uber é o sistema de avaliação mútua, onde usuários avaliam os motoristas parceiros e vice-versa. Dessa forma, motoristas parceiros que não mantenham uma nota mínima de aprovação (4,6) por parte dos usuários são desconectados da plataforma. O mesmo acontece com usuários que não mantenham uma nota mínima de aprovação por parte dos motoristas parceiros. É importante destacar que as notas são anônimas e apresentadas de forma compilada, apenas. Nenhuma avaliação individual de motoristas parceiros ou usuários é compartilhada com a outra parte. (UBERNEWSROOM, 2016)

Dessa forma, novamente entra-se em contradição a ideia de trabalhador autônomo que é disseminado pelas propagandas da Uber, pois na realidade tais são advertidos e punidos como forma de controle da empresa sobre seu serviço. Como afirmado no texto retirado da UberNewsRoom, eles veem o motorista apenas como um parceiro, não como um trabalhador, perpetuando o neofordismo³ de exploração, que torna o trabalhador apenas um mero objeto das grandes corporações.

A máquina também servia para regular, ela própria, os ritmos e os modos de trabalho, como se o patrão estivesse dentro dela, comandando. Com isso, o poder diretivo se tornava menos visível e mais legitimado. Tornava-se tão natural quanto o zumbido dos motores ou a sirene da fábrica. (VIANA, 2005, p.42).

³ O neofordismo envolve a capacidade das empresas em ajustar os níveis e os tipos de produção de acordo com as condições do mercado. Um método de aumentar a flexibilidade é através do aumento da utilização da tecnologia e do uso flexível do trabalho. Os trabalhadores agora são muito mais propensos a ser multitarefas, em vez de se comprometer com apenas uma tarefa. (BLOG DE GEOGRAFIA, 2018).

Sob tal ótica, fica evidente que a Uber faz o uso de algoritmos para legitimar-se do uso da força produtiva do trabalhador, com as mensagens que incentivam o motorista a permanecer *on-line*, como também com as rotas que são traçadas pelo aplicativo que devem ser seguidas à risca pelo motorista, indo completamente contra ao sonho do trabalhador autônomo que é vendido pela empresa, mostrando que a Uber não age de acordo com os princípios utilizados pelo seu marketing, de liberdade de quando e onde trabalhar, e sim que limita não somente a autonomia dos motoristas, como também os seus direitos, ficando evidente no seguinte trecho:

Os jogos de palavras correspondem aos jogos de poder quem dita o vocabulário, as regras e até mesmo o Direito é aquela que detém o poder, que detém o comando, sendo que, hoje, o poder é da programação. Em outras palavras, daquele que comanda o algoritmo.. [...] o capitalismo da emoção se aproveitou disso e traduziu as emoções em palavras, com o intuito de dominar. (LEME, 2019, p.167).

4. A DIFICULDADE DO ACESSO À JUSTIÇA: A JURISPRUDÊNCIA EM QUESTÃO

Como abordado nos tópicos anteriores, o acesso à via de direitos pelos motoristas da Uber é limitado e quase nulo, visto que com o capitalismo cognitivo, segundo Vercellone (2006) propõe-se a “[...] apreender as metamorfoses do capital. - relação laboral a um nível mais amplo e qualitativo, nomeadamente no que diz respeito ao novo lugar do conhecimento.”⁴ (tradução nossa). Posto isso, observa-se que há uma mudança na natureza do trabalho causado pela *Web 2.0*, com as plataformas digitais estando no centro das relações trabalhistas com o controle dos algoritmos.

A questão que norteia é sobre a jurisprudência, dado que não tem-se uma população nem um corpo jurídico pronto para captação de tais mudanças, que acabam ficando presos ao tempo, tornando-se mais propícios a manipulação por partes das grandes corporações, que lucram bilhões através da economia compartilhada, como exposto por Tom Slee:

O sucesso da Uber também se dá muito devido a evitar custos com seguro, impostos e inspeções veiculares, e em fornecer um serviço universalmente acessível. Sua habilidade em fornecer um serviço barato e eficiente para os consumidores vem da habilidade de operar em prejuízo enquanto persegue seu generosamente financiado caminho para o crescimento. (SLEE, 2017, p. 104).

⁴ No original: quant à lui, de saisir les métamorphoses du rapport capital – travail sur un plan plus vaste et plus qualitatif concernant notamment la place nouvelle de la connaissance.

O trecho abaixo retirado do livro “Da máquina à nuvem” de uma pesquisa etnográfica ilustra a situação vivida diariamente pelos motoristas da Uber:

Não serviria como uma profissão. [...] Uber já foi muito bom, quando eu entrei dava bastante lucro. Hoje em dia, está muito concorrido, você tem muito gasto. Essas pessoas que trabalham o dia todo, elas almoçam, tomam café na rua, ou seja, tem um gasto muito grande.

Dessarte, pelo exposto percebe-se a necessidade a um acesso jurídico a toda a população, de forma a aproximar o cidadão de seus direitos, como dito por Bonavides: “uma cultura jurídica que leve os cidadãos a sentirem-se mais próximos da justiça”, que não se contente com o mínimo, e sim com todos os direitos expressos no Artigo 7 da Constituição Federal de 1988, e para isso é necessário que os operadores do Direito estejam sempre postos as novas mudanças trazidas por via das plataformas digitais, para realmente serem agentes de mudança dentro da sociedade, não deixando confundir-se com o jogo de palavras que é utilizado pela Uber e o seu *marketing*.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do exposto, fica explícito que a Uber possui total influência sobre os motoristas, assim como utiliza de artifícios como o *marketing* e os algoritmos para manipular todo o corpo social e jurídico, a fim de manter-se como uma grande corporação, mesmo que para isso seja necessário atingir o direito trabalhista de seus agregados.

Faz-se de extrema importância um sistema jurídico que esteja preocupado em preservar a dignidade das pessoas, dos trabalhadores, de forma que o poder político e o acesso aos direitos não se resumam em apenas uma parte da população, mas sim que englobe toda ela, porque como apontado, a Uber utiliza de técnicas estratégicas para não haver a consolidação da jurisprudência, e uma população frágil que não tem noção de seus direitos, fica exposta aos trâmites da empresa.

Ademais, faz-se necessário uma menor opacidade dos códigos algoritmos, visto que tais regulamentam todo o jogo da Uber, seja através das notificações recebidas, trajetos e clientes escolhidos, as estrelas que regulam a pontuação e permanência da prestação de serviço do motorista a empresa e dente outros. Por fim, é preciso que a população tenha acesso aos seus direitos para que assim possa reivindicá-los, assim como urge a indispensabilidade de uma adaptação dos juristas ao novo perfil de atuação do Direito na era tecnológica, para que possam

julgar de maneira adequada os novos conflitos gerados pelo capitalismo cognitivo e as relações de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 05 maio 2021.

CARELLI, Rodrigo de Lacerda. *O caso da Uber e o controle por programação: de carona para o século XIX*. In: LEME, Ana Carolina Reis Paes; RODRIGUES, Bruno Alves; CHAVES JÚNIOR, José Eduardo de Resende(coord.). *Tecnologias disruptivas e a exploração do trabalho humano*. São Paulo: LTr, 2017. p. 133).

DE MAIS, Domenico. *Alfabeto da sociedade desorientada: para entender o nosso tempo*. Tradução de Federico Carotti e Silvana Cobucci. São Paulo: Objetiva, 2017.

GUSTIN, Miracy Barbosa de Sousa; DIAS, Maria Tereza Fonseca; NICÁCIO, Camila Silva. *(Re)pensando a pesquisa jurídica: teoria e prática*. 5ª. ed. São Paulo: Almedina, 2020.

HARARI, Yuval Noah. *Homo Deus: uma breve história do amanhã*. São Paulo: Cia das Letras, 2016.

LEME, Ana Carolina Reis Paes. *Da máquina à nuvem: caminhos para acesso à justiça pela via de direitos dos motoristas da Uber*. São Paulo: LTr, 2019.

NEOFORDISMO. *Blog de Geografia*, 8 de janeiro de 2018 Disponível em: <https://suburbanodigital.blogspot.com/2018/01/neofordismo.html#:~:text=Em%20s%C3%ADntese%2C%20o%20neofordismo%20envolve,do%20uso%20flex%C3%ADvel%20do%20trabalho..> Acesso em: 03 de maio de 2021.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Para uma revolução democrática da justiça*. São Paulo: Cortez, 2008.

SLEE, Tom. *Uberização: a nova onda do trabalho precarizado*. Tradução de João Peres; notas da edição de Tadeu Breda. São Paulo: Elefante, 2017.

UBERNEWSROOM, P. (2016). *Fatos e dados sobre a Uber*. Uber, Aracajú, 14 de jul. de 2016. Disponível em: <https://newsroom.uber.com/brazil/fatos-e-dados-sobre-a-uber>. Acesso em: 01 de maio de 2021.

VERCELLONE, Carlo. *Capitalismo Cognitivo*. Paris, 2006. Disponível em: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00270554>. Acesso em: 5 de maio de 2021.

VIANA, Márcio Túlio. *Poder diretivo e sindicato: entre a opressão e a resistência*. Caderno Jurídico. Brasília, Escola Judicial do TRT da 10ª Região, ano IV, n. 6, nov./dez. 2005.