

Segurança dos usuários e responsabilidade institucional da plataforma Uber.¹

Adrielle Caroline Souza de MELO²

Mel Naomi da Silva BORGES³

Laura Pereira da SILVA⁴

Yasmin Rodrigues de OLIVEIRA⁵

Josilene Ribeiro de Oliveira⁶

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

O trabalho trata da responsabilidade que empresas como a Uber têm em combater a problemática do assédio. O objetivo é discutir a percepção dos usuários e usuárias do serviço de transporte em carro privado sobre a efetividade da segurança durante as viagens contratadas pela plataforma. A pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, foi realizada a partir do levantamento de dados secundários com a classificação de publicações oriundas da rede social “Twitter”, em que os usuários relatam supostos casos de assédio, bem como de publicações contendo o posicionamento e medidas tomadas pela organização. Apesar dos esforços comunicacionais e ferramentas disponibilizadas pela empresa, evidencia-se que as ações não se mostram efetivas e relatos de assédio têm chegado à grande mídia e às redes sociais digitais.

Palavras-Chave: Comunicação institucional; Violência de gênero; Assédio; Segurança; Uber.

Introdução

O aplicativo Uber chegou ao mercado em 2009, na cidade de São Francisco, nos Estados Unidos, por iniciativa de seus fundadores Travis Kalanick e Garrett Camp. E, por volta de 2014, a empresa começou a atender em plataforma livre à população brasileira, no primeiro momento, na cidade do Rio de Janeiro. Logo, se tornou acessível em outros centros urbanos, preponderantemente aqueles com maior população (RESENDE & LIMA, 2018). De acordo com o site oficial, a *Uber Technologies Inc.* até o ano de 2018, estava presente em mais de 600 cidades em 65 países ao redor do mundo. No Brasil, sua atuação estende-se entre cerca de 42 cidades na região Sudeste; 20 cidades no Sul; 29 cidades distribuídas entre

¹ Trabalho apresentado no IJ03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45^o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduanda do curso de Relações Públicas da UFPB, e-mail: adrielle.caroline@academico.ufpb.br

³ Graduanda do curso de Relações Públicas da UFPB, e-mail: mel.naomi@academico.ufpb.br

⁴ Graduanda do curso de Relações Públicas da UFPB, e-mail: laura.silva2@academico.ufpb.br

⁵ Graduanda do curso de Relações Públicas da UFPB, e-mail: yasmin.rodrigues@academico.ufpb.br

⁶ Professora orientadora deste trabalho; Doutora em Sociologia pela UFPE, e-mail: josilene.ribeiro@academico.ufpb.br

Norte e Nordeste e 9 cidades no Centro-Oeste.

O aplicativo pode ser associado ao conceito de “*E-Hailing*”, que equivale ao requerimento de táxis através de um aplicativo de celular pelos consumidores daquela empresa, e não através de uma ligação como ocorria anteriormente (SOLVUS, 2016). Contudo, não são táxis, de fato, que são solicitados, mas sim carros particulares dirigidos por motoristas cadastrados na plataforma digital. Em razão disso, logo após a sua abertura, o impacto causado na indústria de mobilidade urbana foi de cerca de 56% na queda da utilização dos convencionais “táxis” entre os anos de 2012 e 2014 (OLIVEIRA & ALMEIDA, 2018).

Se iniciaram, então, brigas judiciais — sendo algumas impetradas por taxistas — com as mais diversas causas e objetivos, dentre elas: contestar a legalização e ordem judicial para o aplicativo se manter funcionando, a busca pelo vínculo trabalhista legal entre a empresa Uber e os motoristas credenciados, e situações tributárias em virtude do recolhimento do Imposto Sobre Serviços (ISS), ou da falta deste (LIMA & MATTOS, 2019).

Tendo o propósito de manter sua atuação nas cidades, a empresa se viu diante da necessidade de convencer o governo a reformar e ampliar legislações, que impediriam o seu desenvolvimento. Destarte, a Uber vende o conceito de um modelo superior e essencial de serviço à sociedade, através de uma narrativa de reformulação, como as corridas compartilhadas, para que consigam apoio dos governantes (SEIDL, 2020).

Por sua vez, os autores Greenwood e Wattal (2017) e Dills e Mulholland (2018) afirmam que os serviços prestados pela Uber podem beneficiar a saúde pública ao reduzir acidentes de trânsito por embriaguez. No entanto, Brazil e Kirk (2016) não descobriram nenhum efeito causado pela Uber em tragédias automobilísticas. Em seus estudos, Hall, Palsson e Price (2018) sugerem que mesmo que a entrada da organização privada tenha sido controversa, esta tem oferecido até então um transporte confiável, de baixo custo, que atinge áreas negligenciadas e que proporciona mercado de trabalho. Outrossim, os mesmo pesquisadores deixam claro que o aplicativo de chamada de carros foi acusado de ser inseguro, destruir empregos consolidados, aumentar o congestionamento e caçoar das leis (HALL; PALLSON; PRICE, 2018).

É certo que o modelo de negócios da startup de carros privados têm afetado não somente os taxistas, mas também seus próprios consumidores. Por se tratar de um novo tipo de negócio, para o qual ainda não há uma legislação específica, tanto os usuários como os prestadores do serviço estão susceptíveis a sofrer com problemas e não saber a quem

recorrer. Do ponto de vista dos usuários, a falta de qualificação dos prestadores (motoristas) e os critérios demasiadamente amenos usados pela Uber para admiti-los traz riscos. À exemplo disso: a Uber exige somente que o motorista não possua antecedentes criminais e de trânsito; conclua um teste de conhecimento acerca do local que se encontra, e possua um veículo adequado conforme seus parâmetros (HALL & KRUEGER, 2015). À vista disso, passageiros que utilizam o aplicativo Uber estão expostos e à mercê das decisões institucionais.

De acordo com matéria publicada pela Agência Patrícia Galvão em 2021, com base na pesquisa intitulada “Percepções sobre segurança das mulheres nos deslocamentos pela cidade”,⁷ constatou-se a insegurança e a vulnerabilidade das mulheres nos deslocamentos urbanos. Apesar dos transportes via aplicativos, como a Uber, serem percebidos como menos inseguros do que o transporte público, por exemplo, o medo de sofrer abusos é constante: 69% das mulheres relataram que já foram alvo de olhares e cantadas inconvenientes durante sua locomoção pela cidade; 35% sofreram assédio/importunação sexual; no geral, 81% das participantes alegaram ter sofrido violência em deslocamentos urbanos.

Dado o exposto, o presente artigo discute a responsabilidade que empresas como a Uber têm em combater este problema — já que, na maioria das vezes, acaba recaindo sobre as próprias mulheres e demais usuários o ônus de se protegerem de abusos. Avalia-se também se as políticas já adotadas com este objetivo são efetivas. Serão também mostradas e analisadas publicações na rede social “Twitter” que relatam supostos casos de assédio cometidos ao fazerem uso do serviço de carro privado. Procura-se evidenciar a posição institucional a partir da comunicação com os autores de relatos e denúncias no Twitter.

Responsabilidade social e luta contra o assédio sexual

Em sua pesquisa, Ávila (2008) afirma que o assédio sexual, muitas vezes, é confundido com o assédio moral pela literatura. Entretanto, o primeiro se diferencia porque pode proporcionar prazer sexual a quem comete o crime e causa danos e constrangimento à vítima. As mulheres, normalmente, são os alvos deste crime até em ambientes de trabalho, por conta do machismo. Assim, muitas vezes, o assédio moral, que se iniciou há algum tempo, evolui para o assédio sexual (CANIATO & LIMA, 2008).

Por sua vez, Dias (2008) caracteriza o assédio sexual como uma ruptura dos direitos previstos pela Constituição Federal Brasileira de 1988 e que pode causar agravo à dignidade

⁷ Pesquisa efetuada pelo Instituto Locomotiva e Instituto Patrícia Galvão, com o apoio da ONU Mulheres e da própria Uber em 2021.

do indivíduo, tendo em vista que foi uma atitude sem sua permissão e desejo. Salienta-se que mesmo que a literatura traga estudos de assédio sexual em que pessoas do sexo masculino são colocadas no lugar dos criminosos e as do sexo feminino no lugar da pessoa assediada, homem ou mulher, independente da orientação sexual, pode vir a ser a vítima (Ministério do Trabalho e Emprego, 2013).

Devido à complexidade que o tema apresenta, o assunto costuma ser negligenciado dentro das organizações. Isso se deve, principalmente, ao fato de que, na maioria das vezes, ocorrem sem a presença de testemunhas, portanto não há como executar as estratégias de prevenção, resultando na impunidade do assediador (COUTINHO, 2015). Para mais, Hirigoyen (2000, p. 103) retrata que “não se deve banalizar o assédio fazendo dele uma fatalidade de nossa sociedade. Ele não é consequência da crise econômica atual, é apenas um derivado de um laxismo organizacional.”

A discussão sobre o assédio dentro das organizações implica na reflexão sobre as políticas institucionais. O autor Burt Scanlan *apud* Kunsch (2016, p. 135) afirma que a responsabilidade social “pode ser definida como uma obrigação da parte da empresa para com a sociedade”. Tais obrigações podem ser muito complexas e estão em debate contínuo. Conforme Kunsch (2016), organizações têm o dever de evoluírem de organizações econômicas que visam o lucro para se tornarem unidades sociais, que foquem nos aspectos humanos intrínsecos aos seus objetivos gerais e específicos.

Não obstante, Kunsch (2016, p. 130) afirma que “muitos comportamentos empresariais são ainda guiados mais por uma percepção filantrópica do que por um engajamento ou compromisso social”, por isso possuem participação reativa — e não proativa —, e não se preocupam em associar a imagem da empresa e de suas ações sociais, não prezam por um bom relacionamento com o Estado, entre outros.

Em entrevista concedida a Gomes (2016), a pesquisadora Borba defende que a relação entre a comunicação empresarial e a responsabilidade social se dá quando há a necessidade contínua de se adequar para que sejam responsáveis socialmente, analisando ações que interfiram na sociedade e que atinjam os consumidores. Atentando-se ao bem comum, a qualidade de serviços e produtos, e zelando pelo meio ambiente e sociedade em geral.

Quando isso acontece, Kwarteng *et al. apud* Albuquerque (2018) conceitua que ações sociais não influenciam somente em aspectos sociais ou econômicos, mas também na fidelização e conquista de novos consumidores da organização. Além de que, resulta em

reconhecimento da população, cresce a marca, amplia a imagem da empresa, aperfeiçoa o ambiente interno, aumenta a demanda, simplifica o recrutamento e seleção de novos trabalhadores e aumenta os lucros.

Metodologia de pesquisa

Este estudo define-se como pesquisa qualitativa exploratória, a partir de dados secundários e revisão bibliográfica, que se caracteriza como o levantamento de referenciais teóricos já analisados e publicados em meios eletrônicos e escritos (FONSECA, 2002). Desenvolveu-se a análise de conteúdo dos dados coletados na rede social Twitter.

No dia 10 de junho de 2022 às 9h40min, foi realizada, inicialmente, uma pesquisa na rede social “Twitter”, utilizando-se como palavra-chave “uber”. Assim, examinou-se as 100 primeiras publicações da aba “Principais” desta plataforma, e foram selecionadas as mensagens que relataram casos de assédio ou que expunham o medo que usuários sentiam do que poderia vir a acontecer quando utilizassem os carros privados cadastrados no aplicativo tratado neste estudo. Com isso, foram classificadas para a análise 14 postagens no total.

Convém ressaltar que, o horário e dia da busca *online* são relevantes, tendo em vista que o Twitter atualiza suas publicações conforme a atualização da página pelo usuário. Por isto, a ordem de demonstração das publicações se altera, conforme o momento em que for acessado ou atualizado, e o engajamento que estas possuem. Por consequência, o momento da análise é de extrema importância para a coleta de dados.

No mesmo dia foi realizada uma segunda busca na plataforma Twitter. Nesse momento, às 17h35min, utilizou-se da ferramenta de busca para pesquisar *tweets* — nome dado às publicações feitas na rede social - que possuíssem como palavras-chave: uber assédio. Das 31 postagens expostas como resultados para a busca na aba “Principais”, foram coletadas as publicações que expusessem, de maneira explícita ou implícita, supostos casos de assédios ou abusos que passageiros e até mesmo motoristas — de ambos os sexos — sofreram ao utilizar o aplicativo Uber. Em vista disso, totalizaram-se 06 postagens coletadas.

A organização das publicações — em texto, coletadas em ambas as pesquisas —, realizou-se em quadros, considerando e sequenciando conforme a data de publicação. Também coletou-se a quantidade de comentários, *retweets* — termo utilizado para os compartilhamentos no Twitter — e curtidas, em busca de analisar o engajamento gerado por essas postagens. Além disso, mesmo sendo publicações compartilhadas em uma rede social

pública, o nome dos autores foram omitidos e substituídos por U (para usuário) a fim de preservar a intimidade e integridade dos mesmos. Ademais, as postagens em foto ou com extensões para outros sites foram descritas em texto.

As políticas institucionais da Uber foram levantadas a partir de pesquisas no site da empresa e através da ferramenta de pesquisa Google, abrangendo o período de 2018 a 2022. À vista disso, foi possível realizar a análise de conteúdo dos *corpus* coletados sobre a as práticas da empresa tratada neste artigo, e o conteúdo obtido através das pesquisas realizadas no Twitter.

Apresentação dos dados

O Quadro 1 (abaixo) apresenta 11 das publicações coletadas. Destaca-se a data da publicação, o texto da publicação, a quantidade de comentários, a quantidade de *retweets* e a quantidade de curtidas em cada postagem.

Quadro 1 - Publicações resultadas da busca “uber”, na rede social Twitter, no dia 10 de junho de 2022.

Data da publicação	Publicação/Usuário	Quant. de comentários	Quant. de <i>retweets</i>	Quant. de curtidas
03 de junho de 2022	Motorista do Uber perguntou se eu sou canhota pq entrei pelo lado do motorista, não moço, só sou mulher e tô aqui pronta pra te estrangular caso aconteça alguma coisa (U1)	69	3.788	28.9 mil
06 de junho de 2022	critérios pra avaliar o uber: ficou em silêncio e não me sequestrou = 5 estrela (U2)	08	287	1.351
08 de junho de 2022	Gente esse negócio do golpe do cheiro no uber é real, entrei no carro por volta das 23h dei boa noite como sempre faço, mas como eu já tinha lido sobre esse tal golpe fui tentar abrir a janela e pasmem NÃO TINHA MANIVELA, minha sorte é q a corrida era curta (U3)	58	368	2.000
08 de junho de 2022	ATENÇÃO MULHERES QUE PEGAM UBER!!! Eles estão usando alguma coisa de cheiro para dopar as mulheres! Um cheiro mt forte e que vc fica tonta mt rápido. Rafa acabou de ser vitima mas conseguiu sair a tempo. Perfil fake do cara	08	21	28

	com 5 estrelas e mais de 16k de viagens+ (U4)			
09 de junho de 2022	eu já entro no uber falando “e esse negócio de gás hein rapaz, tô por dentro de tudo.... polêmica danada, abre o vidro pf boa noite” (U5)	19	339	3.524
09 de junho de 2022	eu gosto de amigos que quando recebem sua localização quando pega Uber, abre e fica olhando p tela do celular até você avisar que chegou (U6)	0	01	28
09 de junho de 2022	100% com medo desse novo golpe que os motoristas de uber estão fazendo... entrei num uber hoje e o cara colocou a máscara e fechou todos os vidros *fiquem em alerta sempre que entrarem em qualquer carro de aplicativo* (U7)	0	01	21
09 de junho de 2022	ser mulher e pegar uber sozinha é ficar rígida e desconfiada a viagem inteira, compartilhar a corrida com minha mãe e ficar em ligação com alguém sempre (U8)	0	0	04
09 de junho de 2022	Ser mulher é tu pegar um uber e ter que mandar localização em tempo real p alguém ficar cuidando (U9)	0	02	04
09 de junho de 2022	Já deixei de ir em vários lugares porque não tinha ninguém para ir comigo. Mas hoje em dia duvido, se não estiver ninguém eu vou assim mesmo, pego meu uber, deixo minha localização ligada e vou embora... Demorei para entender mas entendi. EU por mim SEMPRE!! (U10)	0	06	06
10 de junho de 2022	passando frio no uber, mas não vou pedir pra subir a janela!! (U11)	0	0	13

Fonte: AUTORES (2022).

O *tweets* do U12 foi publicado no dia 10 de junho, contendo 04 comentários, 24 retweets e 102 curtidas - diz: “enfim, uma pessoa, infelizmente colocando a cara pra contar desse rolê aí da uber do gás”. Em seguida, compartilha o *link* para a rede social “Instagram”, que continha um vídeo publicado na conta pública de uma mulher com mais de 990 mil seguidores. No vídeo, com visualização de 314 mil e 1.633 comentários, ela relatava que o motorista do aplicativo Uber mexeu em uma espécie de alavanca, que libera um gás - extremamente barulhento - vindo do porta-malas, que dissipou-se pelo carro. Com isso, ela sentiu as mãos e braços ficarem moles. Então, disse que desceria do carro e o motorista

afirmou que ela deveria fazer o que quisesse. Assim, ela saiu do transporte em um pedágio e ligou para os pais pedindo por socorro.

A postagem de U13 foi feita no dia 02 de junho de 2022, contendo 02 comentários, 96 compartilhamentos e 170 *likes*. Na foto, relata-se que uma menina em Maringá - PR teria se jogado de um carro da Uber no dia 31 de maio de 2022, pois sua pressão começou a cair e a garganta começou a “trancar”. Além disso, o motorista - que estava com uma máscara reforçada -, não quis abrir o vidro da janela do carro quando solicitado. O exposto fazia alusão à uma tentativa de abuso sexual que se procederia após a perda de consciência da vítima em decorrência do gás, como está sendo relatado através de redes sociais em todas as regiões do Brasil.

E por último, a décima quarta publicação traz o *tweet* de U14, com uma foto de outra publicação feita, também no site do Twitter, dizendo: “caralho uma menina do meu estágio ontem quase foi drogada no uber. Ela entrou e sentiu um cheiro que deixou ela tonta, enquanto o motorista cobria a boca e o nariz, a sorte q ela notou a tempo e conseguiu salta. QUE PAVOR!”. A publicação que compartilhou a imagem, no dia 10 de junho, possuía 51 comentários, 29 compartilhamentos e 880 *likes*.

No Quadro 2 (abaixo) são apontadas as postagens oriundas da pesquisa utilizando-se das palavras-chave “uber assédio”. O objetivo deste quadro é expor as publicações que descrevem casos de assédios ocorridos, totalizando seis (06).

Quadro 2 - Publicações resultadas da busca “uber assédio” no Twitter, no dia 10 de junho de 2022.

Data da publicação	Publicação/Usuário	Quant. de comentários	Quant. de retweets	Quant. de curtidas
03 de junho de 2022	Nem no Uber escapo do assédio (U15)	01	0	0
05 de junho de 2022	Pela segunda vez sofri assédio moral no uber, sério que raiva (U16)	0	0	02
06 de junho de 2022	Eu usei quando era motorista, não funcionou e fui bloqueado depois de sofrer assédio de um verme , vcs são uma piada (U17)	0	0	0
07 de junho de 2022	fui contar uma situação tensa que passei no uber pra uns amigos homens e a maioria achou que o cara teve comportamentos estranhos pq achou que EU queria roubar ele kkkk (post óbvio) é muito doído o assédio e o medo que a	0	0	01

	gente tem constantemente de ser estuprada. (U18)			
08 de junho de 2022	queria viver no mundo q tu vive que a polícia faz alguma coisa. sofri assédio e uma tentativa de entrar na minha casa por um uber e tô até agora esperando a polícia aparecer (U19)	0	0	02

Fonte: AUTORES (2022).

Somando-se ao quadro, uma das publicações é do jornal "Correio Braziliense" — realizada no dia 03 de junho de 2022, com 01 comentário, 3 compartilhamentos e 11 curtidas — cuja matéria destaca: "Uber é condenada a indenizar em R\$ 5 mil passageira assediada por motorista". Em seu depoimento, a passageira contou que após iniciar a viagem, o motorista “praticou atos de assédio, tentativa de estupro e ameaça com arma de fogo”.

Destaca-se que a publicação de U17 foi em resposta à Uber, que havia realizado uma outra publicação na mesma rede social. Na postagem da empresa, é mostrado um serviço disponível no aplicativo onde motoristas e passageiros podem gravar um áudio durante a corrida. Logo, como mostra no Quadro 2, o U17 afirma que esse serviço é ineficaz. Em resposta, a empresa responde no mesmo dia: “vimos o seu relato e estamos aqui pra te ajudar. Não toleramos nenhum tipo de assédio na plataforma. Por favor, segue a nossa página e nos chama na dm. Vamos verificar juntos esse incidente”.

Análise e discussão dos dados

Observando-se o Quadro 1, 14% das publicações analisadas contém relatos de supostos casos de assédio e medo da violência cometida por motoristas do aplicativo contra passageiras brasileiras. As publicações que citam um gás com substâncias dopantes fazem referência à denúncia de Dani Bassani, jovem que saltou do carro ao perceber uma tentativa de estupro e dopagem.⁸

⁸ A situação ocorreu em Canoas, Rio Grande do Sul. A mulher relata, em vídeo na rede social Instagram, que estava indo do trabalho para casa, quando o motorista ofereceu um produto, que desengorduraria a tela do seu celular. Desta forma, ele insistiu que a gaúcha cheirasse um pano. Ao realizar o que lhe foi instruído, a passageira começou a sentir-se tonta e a dar conta do perigo que estava passando. Por fim, Bassani conseguiu destrancar a porta e saltar do carro. Em reportagem para o TV Record do Rio Grande do Sul em 2021, o delegado da Polícia Civil, Pablo Rocha — responsável pelo caso —, afirma que o motorista da Uber planejou a tentativa de estupro e estaria foragido até o momento da matéria. O Delegado mostra-se indignado, pois a empresa Uber Brasil não colaborou com os dados do motorista cadastrado no aplicativo. Concluindo a reportagem, o mesmo declara que “a empresa se solidariza com o agressor e não com a vítima, [...] me nego a crer que seja essa a política da empresa, de se negar a colaborar com a autoridade policial.”

Em resposta publicada na Vogue Brasil (2021), a Uber afirmou que é contra todo tipo de comportamento que abuse de mulheres e que se encontra cooperando com a polícia na investigação do ocorrido. Também informa que a instituição privada acredita na relevância de lutar contra, censurar e denunciar casos de assédio e violência. Em seguida, acrescenta que “esse comportamento configura violação ao Código de Conduta da Comunidade Uber e a conta do motorista foi desativada da plataforma assim que a empresa tomou conhecimento do episódio”. A Uber destaca que há um canal exclusivo para as autoridades solicitarem os dados dos colaboradores, respeitando as leis de privacidade exigidas no País. Além do histórico de viagens presente no próprio aplicativo, onde o passageiro pode acessar as informações sobre o percurso percorrido.

Visando ressaltar o comprometimento da empresa com o combate à violência contra a mulher, a Uber, em seu *website*, formulou uma página dedicada a noticiar todas as suas ações que afrontam este e outros tipos de agressões, assim, é nomeada “Compromisso da Uber com o combate à violência contra a mulher”, em que é possível contemplar ações educativas, sociais e tecnológicas entre os anos de 2018 a 2021.

Contribuindo com as práticas da empresa, em novembro de 2021, a Uber, em parceria com o MeToo Brasil⁹ e a Sandra Valle¹⁰, iniciou uma campanha educativa utilizando-se de uma linguagem popular do futebol, com o objetivo de engajar o público majoritário de motoristas do sexo masculino. Esta ação publicitária continha vídeos discutindo situações de assédio em viagens e em entregas do aplicativo. A exemplo disso, traz a frase “para construir um espaço seguro e respeitoso em nossa comunidade, precisamos jogar o assédio para o escanteio. O assunto é sério e aqui na Uber, como em todos os lugares, é motivo para cartão vermelho!” (UBER, 2021).

Em 2022, a Uber EUA lançou um relatório em que contabilizou as denúncias de assédio feitas diretamente no aplicativo, constatando mais de 3 mil denúncias de assédio sexual em cerca de 1,3 bilhão de corridas realizadas no ano de 2019 nos Estados Unidos. Esse relatório tem como objetivo manifestar que a empresa se importa com a segurança dos usuários, tanto motoristas quanto passageiros. Todavia, não é só relatando que se combate este problema, e sendo a segurança dos seus clientes um dos principais preceitos que a empresa Uber considera, esta vem desenvolvendo novas funções em seu aplicativo para combater, prevenir e punir atos de assédio durante as corridas feitas por seus colaboradores.

⁹ Organização que ajuda vítimas de violência sexual a romperem o silêncio.

¹⁰ Especialista em Diversidade, coordenadora do Potencial Diversas

Juntamente com o relatório, incluem-se medidas tomadas para assegurar a segurança de usuárias do sexo feminino. A Uber Brasil fez contínuas publicações na rede social Twitter, no dia 06 de junho de 2022, com 9 compartilhamentos, 15 comentários e 175 *likes*, sobre suas ferramentas de segurança contidas no aplicativo, conforme mostra a seguir a descrição das postagens:

Quadro 3 - Ferramentas de segurança da Uber.

<i>U-Check:</i>	“nossos motoristas parceiros passam por um processo de verificação de cadastro de várias etapas antes de aceitar a primeira viagem e enquanto dirigem com o <i>app</i> ”.
<i>U-Help:</i>	“ligue para a polícia direto do <i>app</i> em situações de risco ou emergência. Ao apertar o botão, o <i>app</i> mostra a sua localização atual para que você possa compartilhar com as autoridades locais”.
U- Código:	“este é um recurso de confirmação com código para ajudar você a ter certeza de que está entrando no carro certo”.
U-Ajuda:	“esta função acompanha sua viagem através de dados de <i>GPS</i> , detectando desvios e irregularidades no trajeto. Caso necessário, oferece recursos de segurança para você buscar ajuda”.
U-Elas:	“motoristas parceiras mulheres e pessoas não binárias podem escolher receber viagens apenas de usuárias”.
Educativo:	“disponibilizamos conteúdos educativos antiassédio e antirracistas voltados para motoristas parceiros e usuários. Os materiais foram criados em parceria com as ONGs @BrasilMeToo e @Promundo_Brasil”.

Fonte: AUTORES (Com base nos dados Uber Brasil).

Complementando estas ações — também na rede social Twitter, em abril de 2022 —, a Uber introduziu o U-Áudio, que possibilita a gravação do áudio de uma viagem em caso de desconforto. De acordo com o site oficial, o conteúdo é criptografado e enviado para a empresa através de um relato de insegurança, fazendo-se útil em casos de investigações legais.

Entretanto, algumas dessas ações são ineficazes. Conforme mostra o Quadro 2, 19,35% das publicações relatam supostas ocorrências de assédio ao utilizarem o aplicativo de transporte. Convém ressaltar a postagem do dia 06 de junho de 2022 feita pelo P3, em que responde a publicação da empresa divulgando o serviço U-Áudio, citado anteriormente. Com isso, é possível concluir que mesmo desenvolvendo ações organizacionais de comunicação, marketing, estratégia e segurança, as atitudes tomadas até o momento não são 100% eficazes segundo a percepção dos usuários da Uber.

Por último, faz-se necessário chamar atenção ao engajamento dos dados encontrados. Somando-se à quantidade de comentários, *retweets* e curtidas nas publicações do Quadro 1, obtemos 40.854 interações. Diferente do que ocorre no Quadro 2, que apesar de atender os mesmos critérios estabelecidos traz apenas 06 interações. É possível correlacionar isso com os dados¹¹ da matéria publicada pela Folha de São Paulo (2019, *Online*), que indica que 52% das mulheres que sofreram algum tipo de violência ficam caladas por medo do agressor, medo de ser julgada e até compaixão pelo companheiro que lhe agrediu. O mesmo parece ocorrer nas redes sociais digitais, pois as vítimas sentem medo da exposição e da possível retaliação. Segundo Hirigoyen (2000) mesmo que se possua testemunhas da agressão, a desconfiança sempre recai sobre a vítima, como se a mesma consinta ou que seja cúmplice, de forma consciente ou não de sua situação, tornando-se assim responsável pelo mal que lhe aconteceu e alvo de julgamentos e suposições, a fim de evitar mais danos elas tendem a se renderem ao auto questionamento ou prostração.

Em suma, mesmo que os dados coletados não sejam precisos em relação a quantificação de casos de assédio que ocorrem em carros do aplicativo, o levantamento feito mostra evidências relevantes sobre o que acontece e possibilita a observação da realidade em que o assédio e a plataforma Uber estão inseridas.

Considerações finais

É amplamente considerável o esforço comunicacional exercido pela organização em relação aos esclarecimentos sobre a segurança de seus públicos, sendo as mulheres as mais afetadas. As ações e posicionamentos sociais tomados pela empresa, infelizmente, não são suficientes para impedir os casos de assédio sexual, que continuam acontecendo. Isso determina, dentre inúmeras adversidades, um impacto negativo à imagem da Uber, uma vez que o usuário prestador do serviço ou cliente que comete infrações, está sob o suporte da plataforma, que por não possuir ferramentas adequadas, não dispõe de parâmetros seguros para filtrar e assegurar a integridade daqueles que utilizam o serviço.

Acreditamos que o primeiro passo para redução dessa questão, deve ser o reconhecimento das fragilidades institucionais e a busca incessante por soluções. Ser forte e competitivo no mercado hoje não envolve mais somente a entrega de produto ou serviço, cobra-se atitudes e colocação assertiva da entidade em relação ao contexto social atual.

¹¹ Pesquisa realizada pelo Datafolha, para o Fórum Brasileiro de Segurança Pública.

Ao falar da Uber cita-se uma empresa tecnológica, inserida em uma rede que possui um grande fluxo de informações por segundo, ser claro e objetivo em seus dados divulgados, consultar os públicos regularmente, monitorar os resultados, criar, incentivar e expandir projetos e práticas comunicacionais são imprescindíveis para a saudabilidade da Uber e a segurança dos seus usuários.

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE, C. C.; OLIVEIRA, J. M.; VIEIRA, P. R. C.; FARIA, R. M.; Relação Causal Entre a Lealdade de Cliente e a Responsabilidade Social de Instituição Financeira: Um Estudo com Modelagem de Equações Estruturais. **Revista FSA**, Teresina, n.2, mar./abr. 2018. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/1522>. Acesso em: 06 jul. 2022.

AVILA, R. P. **As consequências do assédio moral no ambiente de trabalho**. Orientador: Prof. Dr. Sergio Augustin. 2008. 158 p. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2008. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp067933.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2022.

BRAZIL, N.; KIRK, D. S. Uber and Metropolitan Traffic Fatalities in the United States. **American Journal of Epidemiology**, [s. l.], v. 184, ed. 3, p. 192–198, 2016. DOI 10.1093/aje/kww062. Disponível em: <https://academic.oup.com/aje/article/184/3/192/2195589>. Acesso em: 13 jun. 2022.

CANIATO, A. M. P.; LIMA, E. C. Assédio moral nas organizações de trabalho: perversão e sofrimento. **Cad. psicol. soc. trab.**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 177-192, dez. 2008. Disponível em <https://bit.ly/3bInUP2>. Acesso em: 12 jun. 2022.

COUTINHO, C. M. **O assédio sexual nas relações trabalhistas: suas incidências e perspectivas**. Orientador: Profª Dra. Mariana Gusso Krieger. 2015. 61 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Faculdade de Ciências Jurídicas, Universidade Tuiuti do Paraná, [S. l.], 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3IrBmTF>. Acesso em: 12 jun. 2022.

DIAS, I. Violência contra as mulheres no trabalho: o caso do assédio sexual. **Sociologia, Problemas e Práticas**, [s. l.], ed. 57, p. 11-23, 2008. Disponível em: <https://sociologiapp.iscte-iul.pt/pdfs/10081/10088.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2022.

DILLS, A. K.; MULHOLLAND, S. E. Ride-Sharing, Fatal Crashes, and Crime. **Southern Economic Journal**, [s. l.], v. 84, ed. 4, p. 965-991, 2018. DOI 10.1002/soej.12255. Disponível em: <https://bit.ly/3OPJIXF>. Acesso em: 13 jun. 2022.

EQUIPE UBER. **Compromisso da Uber com o combate à violência contra a mulher**. 08 set. 2021. Disponível em: <https://ubr.to/3bWGjIc>. Acesso em: 13 jun. 2022.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FURTADO, T. "Aterrorizante", diz mulher que quase foi dopada por motorista de app. **Vogue**. 11 out. 2021. Disponível em: <http://glo.bo/3yifSnL>. Acesso em: 13 jun. 2022.

GOMES, A. Comunicação empresarial na modernidade: uma entrevista com a Dra. Cláudia Paes Borba. **Revista FOCO**, Caixias do Sul, v. 9, ed. 2, 2016. Disponível em: <https://revistafoco.emnuvens.com.br/foco/article/view/246/pdf>. Acesso em: 12 jun. 2022.

GREENWOOD, B. N.; WATTAL, S. Show me the way to go home: an empirical investigation of ride-sharing and alcohol related motor vehicle fatalities. **MIS Quarterly**, [s. l.], v. 21, ed. 1, p. 1-25, 2017. DOI 10.25300/MISQ/2017/41.1.08. Disponível em: <https://bit.ly/3yNeDi0>. Acesso em: 13 jun. 2022.

HALL, J. V.; KRUEGER, A. B. An analysis of the labor market for uber's driver-partners in the United States. **Princeton University: Industrial Relations Section**, [s. l.], n. 587, 2015. Disponível em: <https://dataspace.princeton.edu/bitstream/88435/dsp010z708z67d/5/587.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2022.

HALL, J. V.; PALSSON, C.; PRICE, J. Is Uber a substitute or complement for public transit?. **Journal of Urban Economics**, [s. l.], v. 108, p. 36-50, nov. 2018. Disponível em: <https://www-sciencedirect.ez15.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S0094119018300731?via=ihub>. Acesso em: 25 maio 2022.

HIRIGOYEN, M. F. **Assédio moral: a violência perversa no cotidiano**. 19. ed. [S. l.]: Bertrand Brasil, 2000. 224 p. ISBN 8528607402.

INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO [Agência Patrícia Galvão]. **81% das mulheres já sofreram violência em seus deslocamentos pela cidade**. 18 out. 2021. Disponível em: <https://agenciapatriciagalvao.org.br/violencia/81-das-mulheres-ja-sofreram-violencia-em-seus-deslocamentos/>. Acesso em: 08 jun. 2022.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 6. ed. rev. e aum. [S. l.]: Summus Editorial, 2016. 424 p. ISBN 8532302637.

LIMA, R. A.; MATTOS, M. E. C. L. Uber e a livre iniciativa. **Revista Brasileira de Filosofia do Direito**, [s. l.], v. 5, ed. 1, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3Ik0ThR>. Acesso em: 12 jun. 2022.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Assessoria de Comunicação Social do Ministério do Trabalho e Emprego. Assédio moral e sexual no trabalho. **Cartilha elaborada pela Subcomissão de Gênero com participação da Comissão de Ética do MTE**, Brasília, p. 1-41, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3ywOGBX>. Acesso em: 12 jun. 2022.

OLIVEIRA, P.; ALMEIDA, N. Chegada do Uber ao Brasil reduziu mais da metade das corridas de aplicativos de táxi, conclui estudo. **Estadão**. 12 abr. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3nFJjev>. Acesso em: 13 jun. 2022.

RESENDE, G. M.; LIMA, R. C. A. Efeitos concorrenciais da economia do compartilhamento do Brasil: a entrada do uber afetou o mercado de aplicativos de táxi entre 2014 e 2016?. **Conselho Administrativo de Defesa Econômica**, [s. l.], p. 01-54, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3uQDgIf>. Acesso em: 13 jun. 2022.

SEIDL, T. The Politics of Platform Capitalism: A Case Study on the Regulation of Uber in New York. **Regulation & Governance**, [s. l.], v. 16, p. 1-54, 15 maio 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3nOd6Sb>. Acesso em: 10 jun. 2022.

SOLVUS [Aplicativos de resultado]. **Conheça agora 4 empresas que mudaram o mundo com aplicativos**. 12 jan. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3yUQxSx>. Acesso em: 13 jun. 2022.

TV RECORD RS. **Jovem salta de carro de app após sofrer tentativa de estupro**. RS: TV RECORD, 2021. 1 vídeo (03:13 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=dziMQf4GB_Y. Acesso em: 13 jun. 2022.

UBER BRASIL. **Gravação de áudio durante a viagem é música para os ouvidos de quem quer mais segurança.** 20 abr. 2022. Twitter: @Uber_Brasil. Disponível em: <https://bit.ly/3RdR0WV>. Acesso em: 13 jun. 2022.

UBER BRASIL. **Nenhuma mulher deveria ter que reivindicar o básico. Concorda, né? [...]**. São Paulo, SP, 06 jun. 2022. Twitter: @Uber_Brasil. Disponível em: https://twitter.com/Uber_Brasil/status/1533826504899153920. Acesso em: 05 jul. 2022.

UBER TECHNOLOGIES, INC. - **US Safety Report.** San Francisco: Uber Technologies, Inc., 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3yLvSQA>. Acesso em: 5 jul. 2022.

UBER. **Descubra quais cidades do Brasil têm Uber.** 28 jun. 2018. Disponível em: <https://ubr.to/3P9SHma>. Acesso em: 08 jun. 2022.

UBER. **Escolha mais segurança. Escolha Uber.** Disponível em: <https://ubr.to/3nJjYQY>. Acesso em: 13 jun. 2022.

ZAREMBA, J. **Maioria das mulheres não denuncia agressor à polícia ou à família, indica pesquisa. Folha de S. Paulo.** 26 fev. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/02/maioria-das-mulheres-nao-denuncia-agressor-a-policia-ou-a-familia-indica-pesquisa.shtml>. Acesso em: 13 jun. 2019.