

## 5

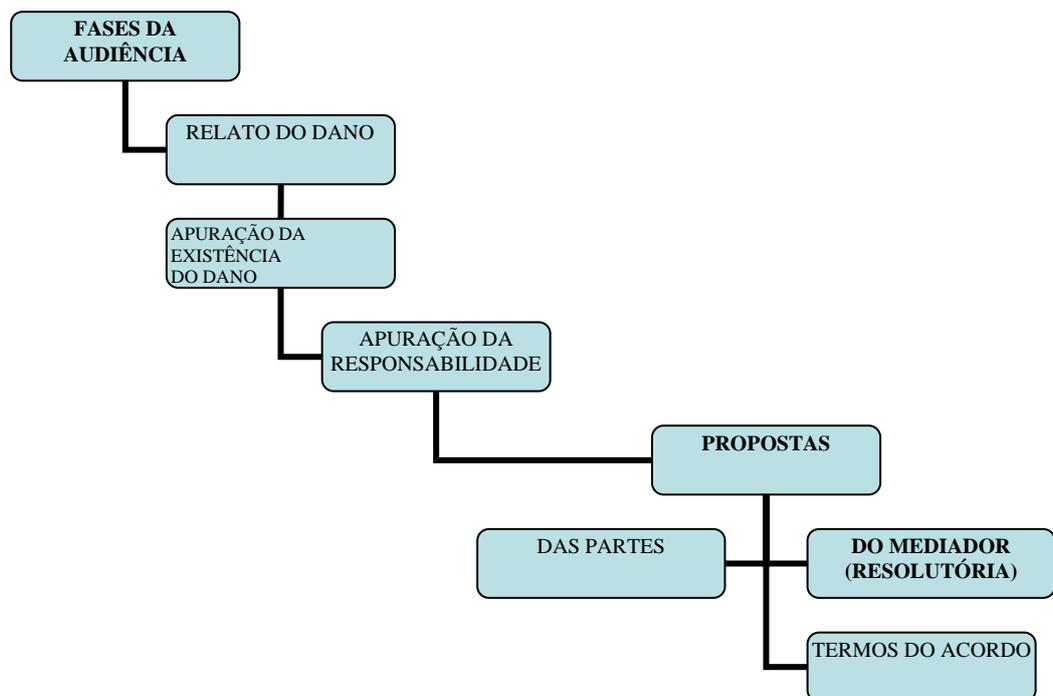
### Considerações Finais

#### 5.1

##### Resumo dos Resultados

As audiências de conciliação são tipos de atividade (Levinson, 1992; Sarangi, 2000) em que a meta institucional principal é o acordo – uma solução na qual o ideal seria atender às expectativas de ambos os litigantes. Até que se chegue a esse ponto, entretanto, caberá às partes em conflito negociarem entre si seus pontos de vista.

Várias fases podem se manifestar no curso de uma audiência. Neste trabalho, elas foram descritas apenas em relação a audiências em que houve acordo e, além disso, tomou-se este tipo de atividade como um sistema que gira em torno de duas questões centrais o dano e a reparação na esfera institucional. Em ordem, as fases de uma audiência com acordo poderiam ser dispostas esquematicamente da seguinte maneira:



Todas essas fases são previstas como possíveis, mas não necessárias. Assim, por exemplo, há casos de audiências com acordo cujo término é mais breve, pois o reclamado pode fazer uma proposta de acordo de pronto, ou seja, logo após tomar conhecimento do relato do reclamante, e essa proposta pode ser imediatamente aceita pelo consumidor. Isso faz com que algumas fases da audiência, como a discussão de dano, a apuração de responsabilidade e mesmo a proposta do mediador, possam ser abandonadas para que se estabeleça diretamente o termo de acordo.

Quando a proposta do reclamado, entretanto, não coincide com as aspirações do consumidor, o papel do mediador é fundamental. É ele que pode tentar formular uma proposta comum e resolutória para reclamante e reclamado.

O foco na fase da negociação da proposta resolutória ou da proposta do mediador ocupou então um lugar de maior destaque nas análises empreendidas, já que o ponto aqui era saber como as partes chegavam especificamente àqueles termos de acordo.

Mesmo olhando para as relações entre *apresentação do self, face e papel*, em um dado *tipo de atividade*, e para o modo como contribuía para a tomada do acordo, o papel escolhido pelo mediador para desempenhar na audiência acabou mostrando-se como mais central nas análises. A motivação para isso fica óbvia quando se tem em mente a fase eleita para pesquisa: fase da proposta resolutória ou da proposta do mediador.

Assim, o modo como os demais interagentes seriam reconhecidos estava sempre muito ligado ao papel desempenhado pelo mediador. E ainda que reclamante e reclamado apresentassem resistência às faces que lhes eram atribuídas ou mesmo que tentassem se apresentar sob uma outra luz, tudo isso era quase sempre contraponto ao papel exercido pelo mediador o qual, ainda que inintencionalmente, atribuía faces aos demais interagentes sempre que escolhia seu próprio papel.

Os recursos aqui estudados tentaram, entretanto, dar conta sempre que possível dos papéis projetados pelo mediador para si mesmo e dos modos como os demais interagentes se fizeram reconhecer, em suas apresentações de self, ou foram reconhecidos uns pelos outros, olhando então para as faces co-construídas.

No que tange especialmente às faces projetadas, tem-se que elas não deixaram de estar interligadas a questões culturais brasileiras que tratam dos modos de resolução de conflito.

Em trabalho anterior (2007), esta autora já apontava em suas conclusões para a necessidade de se investigar especialmente as relações da emergência da questão cultural do favor e do jeitinho em audiências de conciliação. Foi a partir daquele estudo que houve um despertar do olhar para as relações entre cultura e interação. E, assim, toda a pesquisa aqui apresentada foi um maior desenvolvimento do que outrora havia sido apresentado apenas como apontamento para pesquisas futuras a partir de um olhar sobre posicionamentos em audiências de conciliação.

Há conforme visto neste presente trabalho, teoria antropológica brasileira que preveja que, neste país, mesmo em situações formais, como foi o caso aqui revelado das audiências de conciliação, haveria espaço para que os brasileiros se valessem não de normas igualitárias, mas de suas redes de relações interpessoais a fim conseguirem atingir seus objetivos. Essa teoria ajudou a informar a análise de dados desenvolvida neste trabalho de agora, embora o que aqui se apresentou tenha partido primeiro dos dados para depois buscar um diálogo teórico.

Desta feita, as faces construídas em audiências de conciliação, no Brasil, como visto nos dados, não estariam sempre atreladas ao desejo de reconhecimento enquanto indivíduo ou cidadão, ou seja, o reconhecimento enquanto um igual aos demais. Mas, aqui, poderia acontecer, e aconteceu, de as pessoas serem reconhecidas pelas redes de relações emergentes nas audiências.

Nas audiências analisadas, olhando especificamente pra *fase da proposta resolutória*, verificou-se a presença, nos processos de construção de face, em primeiro lugar, entretanto, da face de indivíduo.

Na audiência Banco Sul, através dos papéis projetados pela mediadora no desempenho de sua função – seja como uma intérprete ou uma aplicadora de uma lei que tem por meta a defesa do consumidor, o consumidor teve atribuída a si mesmo a face de indivíduo. Alguém que deve ser reconhecido como sujeito à garantia de direitos legais, portanto, igual a todos.

Verifica-se que a mediadora alcança sucesso nessa atribuição de face ao impingir ao reclamado determinados deveres, atribuindo-lhe a face de indivíduo sujeito de deveres como, por exemplo, o de provar suas alegações e o de não

efetuar venda casada. Estas faces e os papéis desempenhados pela mediadora foram fundamentais para a flexibilização da postura do reclamado, que não queria ressarcir o consumidor de seus prejuízos. Foi fundamental então para a tomada do acordo.

No entanto, a face é um construto interacional e, portanto, dinâmico. Para se sustentar depende do suporte mútuo e pode ser ameaçada pela alteridade (Goffman, [1955] 1980).

Na audiência estudada, o reclamado, uma vez ultrapassada a fase da proposta resolutória e chegando à fase dos termos do acordo, atribuiu a si mesmo e ao consumidor uma face de *pessoa*. Isso aconteceu quando o reclamado tratou do exercício efetivo do direito do consumidor, ou seja, do momento futuro do ressarcimento, como um negócio personalíssimo, um conjunto de ações que somente ele (reclamado) poderia desempenhar para que o consumidor obtivesse concretamente seus desejos realizados.

Ao atribuir a si mesmo este poder, o reclamado também conseguiu dar o passo a passo daquilo que seria o exercício concreto do direito do consumidor e, assim, é ele (reclamado) e não mais a lei que define quando e onde este direito poderia ser garantido.

O traço cultural do personalismo e o tratamento do outro como *pessoa* fazem emergir aqui a figura do *jeitinho brasileiro*, como estratégia que dobra a lei e dá à resolução de um conflito traços singulares e não mais aqueles universais. Ademais, há com isso um rearrando de da distribuição do poder. O reclamado parece como quem tem o poder de dizer o direito e não mais a lei através da interpretações da mediadora.

A mediadora, embora, nesta fase terminal da audiência, tenha feito um movimento de resistência dirigido à ação do reclamado, abrindo ao consumidor a possibilidade de se defender sobre isso, não tem êxito, uma vez que o reclamado é mais ágil e não deixa espaço interacional para a manifestação dessa resistência/defesa.

Se for possível então fazer um retorno à teoria dos formatos de papéis de Strong & Davies (1977) pode-se dizer que, na fase da proposta resolutória, o formato emergente, ou seja, aquele que torna possível um acordo: é o formato da cidadania. Esse formato faz-se admissível quando a mediadora desdobra-se entre os papéis de intérprete e aplicadora do Código de Defesa do Consumidor,

atribuindo ao reclamado deveres e defendendo os direitos do consumidor, atribuindo a ambos a face de indivíduo. Fazendo assim o poder da lei prevalecer.

É interessante notar que, embora haja uma defesa indireta do consumidor feita pela mediadora, defende-se que isso não fere a sua performance de neutralidade, já que a mediadora, diretamente, o que faz é defender a aplicação da lei, sendo esta sim a defensora imediata do consumidor. A ausência de quebra da performance de neutralidade parece restar comprovada, nesta audiência e na fase em questão, quando se verifica que o reclamado não apresenta nenhum movimento de resistência em relação a isso.

Há, contudo, que se tecer algumas linhas sobre o formato final presente na fase dos termos do acordo desta audiência. É o formato do personalismo que emerge, quando o reclamado avoca para si o poder de dizer como, onde e quando o consumidor irá obter concretamente o direito reclamado. Avoca para si, desse modo, o *jeitinho* como estratégia para promover o exercício de um direito e reforça a hierarquia entre consumidor e fabricante nesta hora derradeira. Cabendo ressaltar que aquele que promove o *jeitinho* é o reclamado.

O *jeitinho* e o formato do personalismo não apareceram apenas nesta audiência e também não se restringiram à fase do termo do acordo nem à iniciativa do reclamado.

Na audiência Ok! Veículos, esses traços também se fizeram presentes e relevantes, agora, porém, para a concretização de uma proposta resolutória e atrelados então ao papel desempenhado pela mediadora.

Em seu *papel de facilitadora do acordo*, ou seja, aquela que busca a construção de propostas que viabilizem o acordo, a mediadora, através da *estratégia do jeitinho*, revelada na ameaça indireta dirigida às partes e no seu comprometimento com a omissão diante de uma ilegalidade praticada pelo reclamado – garante a construção de uma proposta resolutória.

É preciso dizer, então, que, neste caso, opera o que Barbosa ([1992]2006) já dizia: é um caso em que *jeitinho* e corrupção se misturam e revelam a face negativa desses fenômenos sociais. A mediadora se afasta de seu papel de guardiã e aplicadora da lei, para garantir a possibilidade do acordo através da personalização dos deveres do reclamado. Ao omitir-se, desobriga o reclamado do dever de emitir aquela nota fiscal e prestar contas ao fisco.

O papel da mediadora de facilitadora do acordo, no caso da OK!Veículos, quando busca garantir um acordo a qualquer custo, valendo-se do discurso do jeitinho através de atos de ameaça e omissões, faz emergir um formato de papel de personalização de deveres, do reclamado e da mediadora, e de direitos do consumidor.

Na audiência Blóquia o formato da personalização de direitos também se fez presente, neste caso, porém, atrelando jeitinho a favor.

Nesta audiência, a face de *pessoa* favorecida emergiu especialmente quando a mediadora, em seu papel de facilitadora do acordo, atribuiu à reclamada o poder de negociar, usando o procedimento do *jeitinho* diretamente junto à fabricante do celular, para que assim se obtivesse a garantia do pleito do consumidor e garantisse o acordo.

Ao fazer vir à tona o *jeitinho*, a mediadora abriu mão de enquadrar culturalmente o pleito do consumidor em uma dada interpretação legal igualitária e optou por definir a situação como um negócio personalíssimo feito por aquela reclamada pra aquele consumidor, ou seja, como um favor, atribuindo, por isso mesmo, ao consumidor a face de *pessoa* favorecida e à reclamada a face de favorecedora.

De maneira didática é possível resumir os papéis e faces construídos nas audiências estudadas da maneira a seguir exposta. Cabe lembrar que foco da análise foi a fase da proposta resolutória.

<b>AUDIÊNCIA</b>	<b>PAPEL DO MEDIADOR</b>	<b>FACE DO CONSUMIDOR</b>	<b>FACE DO RECLAMADO</b>
<b>BANCO SUL</b> -Fase: Proposta Resolutória	Intérprete e Aplicador da Lei	Face de Indivíduo (direitos)	Face de Indivíduo (deveres)
<b>Banco Sul</b> - Fase: Termos do acordo	Performático Neutro	Face de Pessoa	Face de Pessoa (Jeitinho)

<b>OK! VEÍCULOS</b>	Facilitador – Jeitinho/Corrupção	Face de Pessoa	Face de Pessoa
<b>BLÓQUIA</b>	Facilitador – Jeitinho/Favor	Face de Pessoa	Face de Pessoa

Nota-se, então, que mesmo em uma atividade de fala supostamente balizada pela lei, como é o caso de uma audiência de conciliação, as pessoas não estão sempre orientadas para regras e princípios legais garantidos igualmente aos cidadãos e, por isso mesmo, não estão sempre reivindicando seu reconhecimento nem atribuindo ao outro a face de indivíduo ou cidadão.

Ao ter por meta garantir o acordo, os mediadores podem construir um *tipo de atividade híbrido* (SARANGI, 2000; ROBERTS e SARANGI, 2005), que comporta, além do formato da cidadania, também o formato do personalismo, do *jeitinho* e do favor. Direitos, então, podem ser travestidos de favores, ressuscitando-se hierarquias sociais em prol da manutenção da garantia do acordo. Consumidores podem ser transformados de indivíduos ou cidadãos em pessoas favorecidas a fim de terem garantidos seus pleitos.

O papel do mediador como facilitador no processo de negociação de um acordo parece, entretanto, inegável. A construção de propostas alternativas é um instrumento a serviço da construção da conciliação entre partes que se apresentam intransigentes em relação a seus objetivos.

Vários formatos de papel podem ser empregados pelo mediador como soluções interacionais na fase de negociação de propostas. No Brasil, o *jeitinho*, estratégia de solução de problema apontada como empregada em organizações burocráticas (Duarte, 2006) e na vida cotidiana (DaMatta, 1980; Barbosa, [1992] 2006), aparece agora como modo de flexibilização das partes diretamente em conflito em audiências de conciliação, reclamante e reclamado. Através dele, formatos de papel emergem personalizando direitos e deveres a fim de garantirem um acordo. Contudo, esse não foi o único formato de papel empregado na consolidação do acordo. O formato da cidadania através do exercício de direitos e da atribuição de deveres legais também se mostrou eficiente na tarefa de construir

um acordo e, em especial, respeitou a igualdade nas relações entre reclamantes e reclamados tão almejada para tipos de atividade como o da mediação judicial.

Antes de terminar e apenas para sumarizar, pode-se apresentar esquematicamente os formatos construídos em cada audiência da seguinte maneira:

AUDIÊNCIA	FORMATO DE PAPEL
<b>BANCO SUL</b> <b>- Fase da Proposta Resolutória</b>	FORMATO DA CIDADANIA
<b>BANCO SUL</b> <b>- Fase dos Termos do Acordo</b>	FORMATO DO PERSONALISMO
<b>OK!VEÍCULOS</b>	FORMATO DO PERSONALISMO
<b>BLÓQUIA</b>	FORMATO DO PERSONALISMO

## 5.2

### Contribuições e Limitações da Pesquisa

Uma das contribuições teóricas pretendidas pelo presente estudo toca na descrição do *jeitinho* feita por Barbosa (2006). No trabalho desta famosa antropóloga o *jeitinho* é visto como componente de um mesmo contínuo de fenômenos sociais/culturais que sai do favor e vai até a corrupção.

Aqui, quer-se sustentar que o *jeitinho* seria uma categoria supra-segmental, uma estratégia de resolução de conflito, conforme descrita por DaMatta (1986) e Duarte (2006). Seria então um procedimento, um método para se chegar a um objetivo, que pode ser: um favor, um ato de corrupção ou até mesmo o exercício de um direito.

No caso da audiência Ok! Veículos, verifica-se que o *jeitinho* facilita um ato de corrupção – na omissão de uma pessoa em exercício de função pública diante de uma ilegalidade; já, na audiência Blóquia, o *jeitinho* traz à tona o ingrediente do favor, e, na audiência Banco Sul, o *jeitinho* aparece para facilitar o exercício de um direito.

Cumpre, neste momento, então, também defender outra revisão no contínuo proposto por Barbosa (2006). Trata-se da necessidade de inclusão da

categoria do exercício do direito no contínuo. Isto porque, ao analisar o jeitinho usado pelo brasileiro como uma forma de navegar socialmente (DaMatta, 1980) e atingir alguns objetivos, deve-se prever que, além do favor e da corrupção, pode haver uma outra meta: adquirir concretamente um direito.

O contínuo poderia ser representado da seguinte maneira:



Direitos, embora garantidos por lei, para serem conferidos a alguém, dependem do entendimento do magistrado ou da negociação entre as partes em um acordo, sendo assim, há momentos, dentro dos processos jurídicos, litigiosos ou não, em que o procedimento do jeitinho pode ser empregado. Nas audiências de conciliação, esse elemento estratégico se mostrou especialmente nas fases finais, quais sejam: na fase da proposta resolutória e na fase dos termos do acordo.

Há, no Brasil, então, no caso das audiências de conciliação estudadas, dois formatos que convivem e co-existem. Um desses formatos é da cidadania, atrelado ao exercício dos papéis do mediador enquanto intérprete e aplicador de um Código de Defesa do Consumidor, que projeta a face de *indivíduo* tanto para o reclamante quanto para o reclamado.

O outro formato é o do personalismo, no qual o mediador atua como facilitador do acordo, valendo do uso da estratégia do jeitinho, projetando para reclamante e reclamado as faces de *pessoa*. Este formato pode também ser desencadeado pelo reclamado ao atribuir para si a face de pessoa capaz de garantir o efetivo exercício do direito do consumidor e aproveitar para dar um jeitinho de dizer apenas aquilo que lhe interessa garantir. Como se vê só o consumidor não propõem este formato, talvez porque ele dependa de um poder que nem a lei que o protege ainda conseguiu garantir ou porque a ele seja mais interessante o tratamento igualitário que lhe é conferido por este instrumento legal. De qualquer modo, o que se vê é que a estratégia do jeitinho ou é usada por quem tem o poder

de interpretar a lei, no caso, o mediador, ou por quem tem o poder de dar concretude ao direito, no caso, o reclamado.

O emprego da estratégia do *jeitinho* promove uma dinâmica de exercício e construção do poder local dos interagentes em que, muito embora um acordo seja realizado, o consumidor acaba por ter direitos restringidos. Tal fato beneficia apenas mediador e reclamado. O primeiro é beneficiado porque contribui para a diminuição do número de demandas judiciais. O reclamado é beneficiado porque paga menos do que deve. Com isso, a proteção almejada por um Código que se diz de Defesa do Consumidor acaba por ver-se restringida.

No que tange ainda à questão deste enquadre cultural do personalismo, apontou-se para a necessidade de pesquisas futuras que poderiam mostrar o que por hora este trabalho apenas parece indicar: uma semelhança entre brasileiros, russos e chineses em seus processos institucionais de interação. Enquanto os brasileiros usam o *jeitinho* para obter um acordo, os russos ainda usam o *blat* para obter favores de agentes estatais e os chineses ainda empregam o *guanxi* nas relações de premiação de patrões para empregados. Sendo que esses sistemas de trocas personalistas também convivem com os sistemas meritórios e igualitários.

Em se tratando de uma prática profissional (Sarangi e Candlin, 2010) jovem, a mediação e, especialmente, o desempenho do papel de mediador e também do consumidor e do reclamado, no Brasil, parecem demandar ainda estudos mais detalhados. Através dessas investigações futuras seria possível oferecer aos mediadores<sup>4</sup> formação técnica aprofundada e embasada em interações reais.

Diante dessa formação, poder-se-ia, por exemplo, tentar promover audiências em que cada vez mais fosse privilegiado o exercício da cidadania e a construção de relações pautadas na igualdade legal, como foi o caso da audiência Banco Sul. Com isso, permitir-se-ia uma maior limitação de acordos firmados a partir de relações baseadas em pseudo-privilégios para-legais advindos de modos culturais de pacificação de conflito, como o *jeitinho*, que enfatiza a desigualdade entre as partes.

---

<sup>4</sup> O Conselho Nacional de Justiça brasileiro dará este ano o primeiro curso de formação em mediação e conciliação para servidores do Poder Judiciário, a fim de tentar formá-los como instrutores e assim intensificar e uniformizar as técnicas profissionais pertinentes.