

4

Análise dos Dados

As audiências aqui analisadas verticalmente foram somente aquelas em que houve acordo. Em todas elas o que se buscou ver foi de que maneira as partes, especialmente, o consumidor e a mediadora se apresentavam projetando faces e ajudando a construir papéis que foram fundamentais na construção de uma proposta resolutória de acordo. Para tanto, fez-se um recorte nestas audiências de modo a olhar especificamente para esta fase mais conclusiva, aquela em que se vai construir a proposta resolutória do acordo para então se chegar aos termos concretos deste.

Porém, imprescindível, em primeiro lugar, mostrar quais as fases possíveis em uma audiência, a fim de com isso esclarecer o que se está entendendo como sendo a fase da proposta resolutória. Para tanto, usou-se como exemplo básico a audiência Banco Sul, a partir da qual foi possível descrever cada uma das partes possíveis, mas não necessárias, para o tipo de atividade em questão.

Quando se chegou à fase da proposta resolutória na audiência Banco Sul, além da continuação da análise das demais fases da audiência, fez-se o estudo detalhado da apresentação do self, das faces e papéis co-construídos pelas partes, de modo a já ver ali como estes influíram na tomada do acordo.

Finda a análise da audiência Banco Sul, passou-se ao estudo das demais audiências verificando-se em cada uma delas como as categorias analíticas mencionadas emergiram e o papel que tiveram especificamente na e para a fase da construção da proposta resolutória.

4.1

Banco Sul: fases de uma audiência de conciliação, o exercício da cidadania e as marcas do personalismo *vía* jeitinho

As audiências de conciliação apresentam-se como um tipo de atividade (Levinson, 1992; Sarangi, 2000) em que várias fases podem se fazer presentes até chegar o momento da construção dos termos de um acordo. Essas fases

comportam diferentes descrições (Silveira, 2001; Silveira & Cunha, 2010) e, neste trabalho, é pretensão ver a audiência a partir de um sistema organizacional que gira em torno de dois atos específicos: o dano e a sua reparação. Ademais a descrição por ora feita restringe-se às audiências em houve acordo e, talvez, também por isso manifeste-se de maneira diversa das demais propostas de divisão.

Goffman ([1955] 1980) previu, para relações humanas cotidianas, um processo de reparação que serviria de “modelo para o comportamento interpessoal ritual”. Nele haveria as seguintes fases após o ato danoso: “desafio, oferenda, aceitação e agradecimento” (GOFFMAN, [1955]1980, p. 89).

Entretanto, o reparo de uma ofensa na vida social cotidiana, através de seu caráter espontâneo, parece comportar diferenças em relação ao reparo de um dano material sofrido no contexto das relações institucionais, aqui um reparo compulsório.

Essa distinção no tipo de processo reparatório não se limita à natureza do dano sofrido e ao tipo de relação envolvida, mas, nos casos aqui estudados, está conectada especialmente ao tipo de atividade em que se busca essa reparação: uma audiência de conciliação.

Há, neste tipo de encontro reparador, uma série de micro-propósitos interacionais a serem gerenciados pelo mediador, no desempenho de seu papel, através de estratégias interacionais situadas até que consiga atingir a reparação ou o acordo.

Assim, ter-se-ia, numa *primeira fase, o relato do dano*. É o que se vê na audiência de nome fictício “Banco Sul”, quando a mediadora Ana (l. 16), dá início a esta atividade, exercendo um papel de porta voz do consumidor (Silveira; Gago, 2005), narrando a ofensa (l.16-19) que este alega ter sofrido pelo banco representado pelo reclamado Rui:

- 15 (20.5)
 → 16 Ana: a reclamação dele aqui, é que ele:: (0,5) é::, -foi junto
 17 ao banco sul, requerer um empréstimo, (0,5) e foi:: obrig-
 18 , => uma das condições pra ele conseguir um empréstimo,
 19 foi obrigado a adquirir o seguro. =
 20 Rui: => sei. < qual, que é, a agência (que atendeu ele) (0,5)
 21 eu queria confirmar a agência.
 22 Ana: qual que é a agência?,

Em raríssimos casos, o reclamado irá de pronto fazer a proposta de reparação do dano. Posto que, para defender a empresa que representa, irá discutir a existência do dano e também a responsabilidade pelo evento danoso.

Assim, antes de chegar à fase da oferta ou *das propostas de reparação*, segunda na lista do processo reparador de Goffman, diferentemente do previsto por esse autor para a vida cotidiana, no tipo de atividade estudado, podem surgir as fases da apuração da *existência do dano* e da *responsabilidade*.

No excerto acima, a resposta do reclamado, na l. 20, quando o reclamado pede informações sobre o local/agência em que teria ocorrido o evento relatado, já dá mostras de que ele irá apurar primeiro essas questões.

A segunda fase da audiência é então aquela relativa ao questionamento da existência do dano, que se vê no excerto a seguir quando o reclamado (l. 35-40), logo após a mediadora reinserir a reclamação do consumidor (l. 29-34), começa a fazer a narrativa da sua versão dos fatos relatados pelo consumidor sob um outro ponto de vista:

- 28 Rui: >o contrato do: [lucas, não tá aqui não.<]
 → 29 Ana: [então ele veio] ao procon nos
 30 questionar, porque a intenção dele não era fazer o seguro,
 31 ele não- não tá interessado no seguro, (0,8) mas ele se
 32 viu obrigado a assinar o contrato do seguro, pra conseguir
 33 a liberação do empréstimo, que: que foi o motivo que o
 34 levou ao banco. [entendeu?]
 → 35 Rui: [é , o::] o que eu tenho pra dizer a você, é o
 36 seguinte. (0,5) com relação ao que nós recebemos um relato
 37 do procon, (0,5) tá? tava: dando:: a entender, que fosse
 38 operação casada não é operação casada. (0,5) acho que
 39 todas as instituições financeiras, hoje, tem os seus
 40 produtos a oferecer. =

O início desta fase de discussão de existência do dano é sinalizado no turno de fala do reclamado em referência (l. 35-40) quando ele, em seu relato, primeiro (l. 36-37) toma o cuidado de relativizar o caráter de verdade conferido à narrativa do consumidor feita pelo Procon, órgão em que se dá esta audiência, em carta anterior dirigida ao reclamado.

Esta relativização da verdade aparece quando ele atribui à carta um caráter interpretativo, pois diz que ela “tava: dando:: a entender, que fosse operação casada”, ou seja, dar a entender não é o mesmo que ser uma venda casada – ato ilegal no Brasil.

Logo após a construção desse novo ponto de vista dado à reclamação do consumidor, o reclamado rejeita a interpretação do reclamante - “não é operação casada.” – dando ao ato um tratamento de mera troca comercial, que se concretiza através da oferta - “acho que todas as instituições financeiras, hoje, tem os seus produtos a oferecer.”, e culmina na sua contraparte, qual seja, a livre aceitação ou não do produto pelo consumidor.

Através da insinuação dessa nova interpretação, o reclamado nega a existência do dano alegado pelo consumidor, pois seria apenas uma troca comercial simples, e, por conseguinte, coloca em questão a responsabilidade por esse dano.

A *terceira fase*, qual seja, a *de apuração de responsabilidade*, começa, então, quando a mediadora tem que refutar essa nova versão dos fatos e fazer prevalecer a interpretação anterior para que o reclamado assuma a prática do ato danoso. Assim, ainda não se chegou à fase de oferta, segunda na lista de Goffman ([1955] 1981). Isso porque aqui a necessidade de reparação parece mesmo depender de comprovação ou convencimento. Só então se poderá chegar a uma oferta de desculpas ou reparação. Essa necessidade de apuração de responsabilidade é o que se vê no excerto a seguir:

- 53 Ana: só que a alegação dele, é que não foi oferecido (0,5) foi
- 54 imPOSto (0,8) pra ele conseguir o empréstimo, ele teria que
- 55 assinar o seguro. =
- 56 Rui: =é. =
- 01 Ana: =se não fizesse o seguro, ele não teria conseguido o
- 02 [em]préstimo.=
- 03 Rui: [é]
- 04 Ana: =por isso nós chamamos essa-, foi o que foi passado pra nós.
- 05 (0,5) pelo: reclamante. (0,5) que o seguro aqui, foi uma
- 06 imposição, para se fazer o empréstimo (0,5) então aí, (0,5)
- 07 taria configurado a venda casada. =
- 08 Rui: =humhum=

Note, no excerto, que, a mediadora agora, ao narrar novamente os fatos sob o ponto de vista do consumidor, desempenha seu *papel de intérprete da lei*, e emprega os recursos: da repetição desse relato em três turnos diferentes de fala (l.53-55; l.01-02; l.04-07), da categoria (Sacks, 1974) da imposição (l. 54 e 06) e a da estrutura sintática da condição/conseqüência (l.01-02) – se não fizesse X, não teria Y, para firmar o ponto de vista legal definitivo da situação: “então aí, (0,5) taria configurado a venda casada. =”, ou seja, não seria um ato de

livre aceitação de oferta, mas uma aquisição imposta com uma finalidade específica.

Diante dessas estratégias contundentes da mediadora na reafirmação do relato dos fatos sob a ótica do consumidor, não resta alternativa ao reclamado se não a de consentir com ela, o que fica sinalizado pelos continuadores positivos empregados (l.53; l.06) e, especialmente, pelo marcador de concordância por ele usado contíguo à fala final da mediadora: “=humhum=” (l.08).

Assim, a mediadora, ao desempenhar seu *papel de intérprete da lei*, empregando as estratégias descritas, consegue atribuir responsabilidade ao reclamado e fazer valer também seu papel de aplicadora de uma lei de defesa do consumidor.

Apuradas as responsabilidades, a *quarta fase* será, agora sim, a *de oferta de propostas*. Essa fase se subdivide em *propostas das partes e proposta da mediadora ou proposta resolutória*.

No caso do excerto a seguir, sequencialmente justaposto em relação ao anterior, temos o início da fase das propostas das partes com o reclamado Rui, uma vez já reconhecida sua responsabilidade, elaborando uma proposta reparatória para Lucas (o consumidor/reclamante), l. 12-14:

```

07 Rui:      =humhum=
08 Ana:      enten[deu?]
09 Rui:      [ é::] já foi feito algum débito? (0,5) do: do: (0,8)
10           do seguro. (0,5) já debitou alguma parcela.
11 Lucas:    >já. duas. (0,5) duas parcelas.<
→ 12 Rui:    duas parcelas. (0,5) é o: que: o que eu posso dizer a ele
13           é o seguinte. (0,5) pra ele pedir o cancelamento, ele
14           pedir o cancelamento, (0,5) agora com relação a: as duas
15           parcelas que já lhe debitadas, isso aí não tem como ser
16           retroagido. (0,5) por quê? é:: porque a partir do momento,
17           em que ele:: aceita (0,5) o-, o-, o débito, (0,5) é porque
18           ele assinou o contrato.=
19 Ana:      =sim (.)ele [assinou ] o contrato, porque =
20 Rui:      [tendeu? ]
21 Ana:      =[ele precisava ]=

```

A proposta do reclamado (l.12-17), entretanto, uma vez enquadrada apenas dentro de suas possibilidades, sinalizada no uso do verbo poder - “o que eu posso dizer a ele”, nega ao reclamante um de seus pedidos: o ressarcimento das parcelas já pagas pelo seguro que o consumidor fora obrigado a fazer (l.14-16).

Nesta situação, em que há um impasse entre o que deseja o reclamante e o que propõe o reclamado, a própria mediadora pode fazer uma proposta para tentar decidir a questão.

Conforme informa a própria representante do Proncon, órgão onde ocorreu a audiência analisada, em entrevista a Silveira (SILVEIRA; MAGALHÃES, 2008): “um bom conciliador não pode interferir na decisão do consumidor. A não ser em casos extremos ou absurdos”.

Porém, antes de fazer essa proposta, o mediador precisará primeiro flexibilizar a postura do reclamado diante da intransigência frente ao que pede o consumidor. Mais uma vez, no desempenho de seu *papel de aplicadora da lei*, a mediadora agora usará de um recurso legal específico de defesa do consumidor em juízo: a garantia da inversão do ônus da prova (ABRITTA, 2007).

24 Rui: [ago]ra é:: (.)com certeza ninguém, ninguém, lá no
25 banco, é:: de repente fala assim não, o senhor tem que
26 fazer o: o o o: (.) o: seguro, senão nós não vamos abrir a
27 sua conta e te dar o empréstimo.(.) isso não existe.
28 Ana: por quê que isso não existe? =
29 Rui = a partir da- a partir do momento, em que < chegou
30 alguém, conversou com ele, mostrou a proposta de seguro
31 pra ele, mostrou as vantagens que ela tem, >se ele assinou
32 é porque ele tá de acordo.(.)ele esteve acordo. entendeu?

Frente à insistente negativa do reclamado em relação a prática da venda casada e, especialmente, do caráter irrealístico dado por ele a esta prática: “isso não existe.” (l.27), a mediadora requer dele mais do que simples afirmações, parece pedir provas da inexistência deste fato ao inquirir-lhe sobre: “por quê que isso não existe? =”.

Assim, com essa pergunta de difícil resposta, já que é difícil provar o que não teve existência, a mediadora inverte o ônus da prova, ou seja, conforme garantia do direito do consumidor, imputa ao reclamado e não ao reclamante o dever de provar suas afirmações, atribuindo-lhes também a *face de indivíduo*.

A atribuição da face de indivíduo passa pelo reconhecimento do reclamado como sujeito de deveres – através da inversão referida, o dever de provar - e do reclamante como sujeito de direitos – o direito de ver suas declarações reconhecidas como verdadeiras até prova em contrário.

O reclamado, entretanto, tenta recusar essa *face de indivíduo devedor* ao se restringir a repetir sua versão dos fatos.

Na sequência, aproveitando esse momento de fragilidade dele, a mediadora verá a possibilidade de instauração de uma nova fase da audiência.

Logo após essa fase da elaboração de *proposta das partes* e antes de chegar à fase de *aceitação da proposta ou a dos termos concretos do acordo*, há uma fase intermediária, fundamental às audiências de conciliação, que envolve a negociação dos termos propriamente ditos desse acordo. É a *fase da proposta do mediador ou da proposta resolutória*.

Nesta audiência sob exame, essa fase se inicia exatamente neste momento de fragilidade do reclamado, em que a mediadora vê a oportunidade de fazer uma proposta.

4.1.1

As fases finais da audiência: a fase da proposta resolutória e a fase da concretização do acordo

A *fase da proposta resolutória* é aquela fundamental a toda a pesquisa analítica que se irá apresentar de agora em diante neste trabalho, pois é nela em que se poderá chegar depois aos termos concretos do acordo, aqueles que irão vincular consumidor e reclamado.

Nesta *fase da proposta do mediador* ou simplesmente *da proposta resolutória*, a mediadora parece intervir mais diretamente fazendo propostas novas; alinhando-se mais com a proposta do fornecedor, ou alinhando-se mais com aquela feita pelo consumidor, como é o caso do “Banco Sul”.

De qualquer maneira, o papel que o mediador exerce nesta fase é fundamental, pois é através dele que se fará com que as partes flexibilizem suas propostas a fim de se chegar a um termo comum.

O jeitinho brasileiro, como estratégia de resolução de conflito, como meio flexibilizador até mesmo de estruturas rígidas como a lei, pode então ser uma das estratégias aplicadas. Mas não apenas ele poderia cumprir esse papel. A lei também, através dos mecanismos de defesa do consumidor, talvez possa servir de meio de flexibilização de propostas e, assim, cumprir seu papel de garantir direitos do consumidor.

Neste trabalho, vale lembrar que a análise busca investigar mecanismos interacionais que facilitam a tomada do acordo e, por isso mesmo, o olhar foi direcionado especialmente sobre essa fase de construção da proposta resolutória. Assim, a pesquisa realizada com as duas próximas audiências terá foco exclusivo nessas fases finais da audiência, mais especificamente nessa da *proposta do mediador*.

Por ora, entretanto, é importante dar continuidade à análise da audiência Banco Sul, agora, porém, focalizando não mais apenas a descrição das fases finais da audiência, mas também o modo como as partes se apresentam, as faces que são projetadas e os papéis construídos:

- 51 Ana: =eu acho que diante da denúncia dele, ele tá aqui
 52 confirmando o:, não é? o que foi: o que foi forçado lá na
 53 hora, o banco deveria, (.) devolver as duas parcelas que
 54 já foram pagas =
 55 Rui: =tá =
 56 Ana: =porque:: <ele se sentiu pressionado a fazer.>=
 57 Rui: =humhum.

Na audiência do “Banco Sul”, a mediadora interferirá fazendo uma proposta conclusiva ao banco, nas l. 51-54: “o banco deveria, (.) devolver as duas parcelas que já foram pagas =”.

Nessa primeira ação, que vem logo após a mediadora ter atribuído ao reclamado a face de indivíduo devedor, ela aproveitará o momento situacional e agirá no papel de formuladora de proposta apresentando-se para tanto então como alguém que tem poder para, não só dar ao outro a face de indivíduo devedor, mas também para dizer o que seria o dever do reclamado no caso.

Para formular esta proposta, porém, ela, além atribuir faces, retomou seu papel de intérprete da lei (l. 51), apresentando-se como alguém que conhece a lei e que busca ser reconhecida enquanto tal. Faz isso ao relembrar o caráter ilícito de uma venda casada, especialmente, quando a categoriza como objeto de *denúncia* feita pelo consumidor.

Investida neste papel, ao categorizar o ato do reclamado como objeto de denúncia, a mediadora também põe em deslocamento uma outra ação. Ela atribui a face ao reclamado de face de indivíduo – igual a todos perante a lei, mas agora não mais aquele indivíduo com o dever de provar suas justificativas. Agora atribui a ele a face de criminoso, aquele a quem é imputada uma denúncia de um crime.

O crime cometido: venda casada, conduta repelida pelo CDC e pelas leis 8.137/90 e 8.884/94.

Convenientemente, a mediadora, na sequência, pode alinhar-se com o testemunho do próprio consumidor: “ele tá aqui confirmando o:, não é? o que foi: o que foi forçado lá na hora,” – e assim pode apresentar-se aqui sob o papel de defensora do consumidor, papel este esperado já que o código que regula as relações vigentes é de defesa do consumidor.

Ao fim deste turno, oportunamente, pode então essa mediadora fazer a formulação da proposta (l. 51-54) atribuindo ao reclamado a face de devedor, agora, porém, devedor do cumprimento de um direito do consumidor, qual seja: “devolver as duas parcelas que já foram pagas =”.

Neste momento, a mediadora, age no *papel de um aplicador da lei*, apresentando-se como um árbitro ou juiz, já que se apresenta não só como conhecedora da lei, mas também como alguém que diz ao outro qual seria o seu dever.

Desse modo, a mediadora desempenha nesta audiência um papel fundamental na resolução do conflito, pois desempenha não só a função especializada de *formuladora da proposta resolutória*, mas, em conjunto com esta, atua no *papel de intérprete da lei*, e, com isso, ao estipular a interpretação legítima, define responsabilidades atribuindo a face de indivíduo devedor ao reclamado e de indivíduo sujeito de direitos ao reclamante. Faz ganhar contorno, então, o poderoso *papel de aplicadora da lei*.

Poder-se-ia aqui pensar, porém, especialmente, em relação ao alinhamento com o consumidor, que a mediadora quebra a performance de neutralidade esperada para seu papel. O que se vê, entretanto, é que ela age dentro de seu papel esperado, pois em sua função especializada de *aplicadora de um Código de Defesa do Consumidor*, diante de situação de violação do mesmo, a proposta alinhada com o consumidor não é questão de favorecimento de uma das partes, mas de garantia do cumprimento de deveres e da aplicação de direitos que, como o próprio nome da lei diz, defende o consumidor – assumido aprioristicamente como parte mais fraca da relação. A não resistência das partes ao desempenho deste papel da mediadora alinhado com o consumidor pode ser visto como sinal de que é o esperado para a situação.

Ademais, há aqui, nestes papéis escolhidos pela mediadora, o reconhecimento do consumidor como indivíduo e, portanto, como cidadão, ou seja, aquele que possui direitos e deve tê-los garantidos pelos órgão competentes sempre que violados.

Logo após a *fase da negociação da proposta resolutória* porém, uma nova fase parece se iniciar. É aquela que dá os contornos concretos, ou seja, as ações futuras a serem desempenhadas para se alcançar a solução deliberada. E, neste caso, emerge com o reclamado aceitando a proposta da mediadora e confirmando, com isso, a eficiência dos papéis escolhidos pela mediadora para atuar nesta audiência:

- 13 Rui: a selma?
 14 Lucas: selma é::
 → 15 Rui: então tá. você vai procurar a selma, e vai pedir o
 16 cancelamento. (.) tá? e:: e o:: (.)no que ela falar já pra
 17 você que não será feito o cancelamento, aí você vai mandar
 18 ela procurar o rui. (fala) "olha, tive hoje uma audiência
 19 com o rui." você vai lá HOJE, tá? (porque hoje lá foi o
 20 dia inteiro) você vai: procurar por ela, (.) pede pra ela,
 21 pra ela entrar em contato comigo, (.) que eu vou pedir de
 22 imediato, o cancelamento disso aí, hoje. é: e (barulho
 23 externo) quanto ao ressarcimento, o ressarcimento dessas
 24 duas parcelas pra você, é: eu não vou garantir agora,
 25 porque nós não fomos ressarcidos. (.)tá? mas eu peço a
 26 você um prazo de Quinze dias, tá? pra que a gente faça o
 27 ressarcimento das seguintes parcelas pra você, (.) sem
 28 correção nenhuma(.)foi dois e- foi dois e oitenta e cinco?
 29 nós vamos creditar pra você os doze e oitenta e cinco de
 30 duas vezes.(.) TÁ BOM?
 31 Ana: tá certo assim, lucas. =
 32 Rui: =quer relatar, pode relatar,(.) eu peço uma folha por
 33 favor, (.) uma cópia,
 34 (2.0)

No excerto acima, vê-se, no emprego da expressão conclusiva afirmativa "então tá." (l.15), que o reclamado sinaliza a aceitação da proposta da mediadora (l.15), o que se confirma quando ele passa (l.15-30) a dizer o modo como o reclamante deverá proceder para alcançar o ressarcimento almejado. Trata-se, então, da fase final da concretização do *acordo*.

Há que se fazer aqui, porém, uma ressalva. Apesar de o reclamado concordar em ressarcir o consumidor, é preciso notar que, ao se apresentar como aquele que tem o poder para viabilizar concretamente a reparação do dano, dá ao acordo um caráter personalíssimo e atribui a si a face de pessoa, afastando-se da

face de indivíduo preponderante até então. Com isso, ele acaba conseguindo adiar o ressarcimento ao reclamante das parcelas já pagas pelo seguro contratado ilegalmente.

A marca dessa relação personalista fica sinalizada na repetição do emprego dos pronomes pessoais de primeira pessoa do singular na fala do reclamado – comigo, eu – l. 15-30, chamando para si o poder de dizer como e quando o consumidor receberá aquilo a que tem direito. Requerendo então um reconhecimento como pessoa, uma vez que não mais a lei balisaria aquela relação, mas aquilo que ele, reclamado, definiria como passo a passo para a reparação do consumidor.

Além disso, há também neste turno do reclamado a marca do jeitinho, pois se o ressarcimento só pode ser feito por ele, então, mais uma vez, não se trata da garantia de direitos conferidos a todos, mas de uma troca de favores que será feita por aquele reclamado para aquele reclamante, dando um jeitinho de fazer a reparação do dano.

Assim, o reclamado, embora atenda aos pleitos do consumidor, avoca para si o reconhecimento da face de *pessoa*, apresentando-se como aquele que tem o poder de dizer os termos em que se dará o ressarcimento do consumidor.

Ele ratifica ainda esse seu poder e essa sua face ao não deixar sequer espaço interacional para a resistência do consumidor em relação à sua proposta, já que, mesmo diante de um pequeno movimento de resistência da mediadora (l. 31), quando ela consulta o reclamante sobre a aceitação em relação à proposta do reclamado, o reclamado não o deixa responder e já pede o relato, no caso, a feitura da ata da audiência (l. 32).

Assim, nesta audiência, embora seja predominante a busca da mediadora por uma atuação como intérprete e aplicadora de uma lei de defesa do consumidor, o que sinaliza o reconhecimento do consumidor enquanto cidadão/indivíduo; há, por parte do reclamado, especialmente, no final da audiência, uma apresentação do self que busca o reconhecimento de sua face de pessoa, aquele que tem por atributo ser dono do poder de dizer como e quando o consumidor será reparado, ou seja, de personalizar o que seria o exercício de um direito.

Há, então, neste caso, o convívio de duas formatos de construção de relação que são fundamentais para o acordo. A primeira, mais igualitária e

individualista, busca através do reconhecimento do consumidor enquanto cidadão, indivíduo provido de direitos iguais a todos os demais cidadãos, fazer valer uma interpretação legal que lhe favoreça e, assim, imponha ao reclamado o cumprimento de seus deveres legais. Essa maneira de construir relação é a que prepondera enquanto a mediadora age em seu papel de intérprete e aplicadora de uma lei de defesa do consumidor. Trata-se então do formato da cidadania.

Ao lado desse modo de construir relação, o qual garante sim a flexibilização do reclamado e a realização do acordo, há o modo personalista de garantir efetivamente o exercício de um direito, dando-lhe contornos não previstos legalmente. Trata-se da maneira como o reclamado se apresenta ao final desta audiência. Quando ele se coloca sob a face de pessoa, o poderoso que pode dar cumprimento ao acordo, faz valer o personalismo, aproveitando para dizer ele próprio, nos seus termos, o jeitinho que dará para que o ressarcimento será feito, sem nem mesmo deixar espaço para a resistência do consumidor.

Esse formato personalista de tratar os direitos do consumidor contribui na garantia do acordo, que é selado, mas limita o exercício da cidadania, uma vez que restringe os direitos do consumidor ao jeitinho que será dado pelo reclamado.

4.2

OK! Veículos: o *jeitinho* na fase da proposta resolutória - o lado mais negativo deste fenômeno cultural

A fase da negociação da proposta resolutória comporta diferentes estratégias empregadas pelo mediador, podendo garantir um acordo, mas ferir a performance de neutralidade, dependendo do modo como ele se apresenta e, portanto, das faces que atribui e reivindica, assim como dos papéis que engendra.

A audiência chamada Ok!Veículos, realizada no Procon, trata de problemas de um consumidor, José, com um automóvel semi-novo, por ele adquirido, e que, já no primeiro mês de uso, apresentou vários e sérios problemas. O reclamado, Lucas, neste caso, diz que a garantia dada ao veículo vendido só cobriria o motor e a caixa de embreagem, o que não é aceito pelo consumidor, tendo em vista que os defeitos não alcançaram essas peças, mas muitas outras que poderiam inclusive afetar-lhes o funcionamento.

O impasse entre esses dois pontos de vista divergentes e conflitantes não é resolvido em definitivo pela norma de direito que orienta o caso. Isso porque o Código só diz que a garantia dada em tal caso deve ser de 90 dias, mas não define se esta garantia cobriria todo o veículo, mesmo que fosse usado, ou se apenas algumas peças.

O excerto a seguir se coloca logo após a mediadora, Ana, descobrir que o veículo fora vendido ao reclamante sem a emissão de nota fiscal. Esse fato parece ser determinante no desenrolar da história dessa mediação, posto que começa toda uma discussão sobre a necessidade ou não de o reclamado emitir essa nota e as inferências possíveis das consequências legais previstas para um ato de omissão deste tipo – a categorização como crime fiscal.

O reclamado tentará afastar essas inferências se furtando da responsabilidade pela emissão desta nota ao categorizar, primeiro, sua loja não como uma concessionária de veículos, mas como um estacionamento (Divan, 2011), entretanto a mediadora atuará em seu *papel de interrogadora* de modo a conseguir a confissão do reclamado da natureza híbrida de seu estabelecimento comercial e, por conseguinte, da necessidade de emissão de nota fiscal, confissão que inicia a sequência a seguir:

- 15 (9.0)
- 16 ((Med está analisando as notas de orçamento de peças))
- 17 Ana " tecnocarro é (por conta)do vencedor, não é? a loja é - ok!
- 18 automóveis, é estacionamento?
- 19 Lucas =é estacionamento.
- 20 Ana (e) o senhor vende carro lá dentro?
- 21 Lucas vende,/carro também/. porque lá pode fazer tudo.
- 22 (1.5)
- 23 Lucas o contrato social, não é?
- 24 Ana então não é só estacionamento? =
- 25 Lucas =não é só estaciona[mento.]

Após analisar a documentação anexada ao processo administrativo (l.16), a mediadora, conforme dito, em seu papel de investigadora, buscará obter do

reclamado a informação sobre a natureza do estabelecimento comercial em questão. Para tanto, formula uma sequência de perguntas inquiridoras (l. 18, 20, 24)) direcionadas diretamente ao reclamado. As duas primeiras atribuem-lhe a face de indivíduo investigado e a derradeira leva-no à confissão.

A primeira pergunta (l. 18) feita pela mediadora/investigadora, da ainda ao reclamado o direito de dizer ele mesmo “a verdade” sobre a natureza de sua loja. No entanto, o reclamado limita-se a ratificar em sua resposta sua afirmação e ponto de vista anterior, quais sejam, de que sua loja seria apenas um estacionamento e, por isso, pode inferir que não demandaria a emissão de nota fiscal de venda de veículo. O reclamado, ao responder, ratifica a face de investigado, mas refuta a face de sonegador fiscal que estaria começando a ganhar contornos, pois se nega a reconhecer-se como dono de concessionária.

No entanto, um fato irrefutável parece fazer cair por terra a escusa do reclamado, a própria venda do veículo que os colocou a todos naquela audiência.

Sendo assim, a mediadora, após a resposta do reclamado, mantém em seu papel de investigadora, e questiona exatamente sobre a existência de venda de veículos no estabelecimento do reclamado – “**(e) o senhor vende carro lá dentro?**”. A indiscutibilidade desse fato leva o reclamado a ter que confessá-lo (l.21). E, por conseguinte, através da pergunta conclusiva da mediadora (l. 24), a natureza híbrida do estabelecimento comercial do reclamado é confessada, conforme se vê no excerto a seguir (l. 25):

- 25 Lucas =não é só estaciona[mento.]
- 26 Ana é [uma concessionária de vender carro]
- 27 Lucas [pode vender carro também isso que eu tô] falando
- 28 Ana então tem que emitir nota fiscal dos carros que você vender.
- 29 Lucas algumas coisas.
- 30 Ana por quê algumas?
- 31 Lucas porque esse carro é de terceiro, isso não é meu.

Após a admissão por Lucas, o reclamado, de que sua loja não seria apenas um estacionamento (l.25), a mediadora, ainda reforça seu *papel de investigadora/interrogadora*, dando a categoria final para a loja “é [uma concessionária”, ao que o reclamado responde sem ratificar na íntegra, mas, indiretamente, ao dizer que também pode vender carros (l. 27).

A mediadora, então, percebendo a dubiedade e a pouca certeza que ainda paira na fala do reclamado, especialmente quando ele usa a conjunção “também”, emprega (l. 28) sequencialmente a técnica da pergunta do tipo sim/não, aqui marcada também por seu caráter conclusivo, sinalizado no uso da conjunção “então” e ratificado no contorno final descendente. Esses recursos são fundamentais pois agora quer-se investigar sobre o que mais interessa ao caso: a obrigatoriedade de, uma vez vendidos carros na loja do reclamado, ter ele que emitir nota fiscal da venda.

Com essa técnica, a mediadora dá continuidade ao desempenho de seu *papel de investigadora/interrogadora do cumprimento das leis* e ratifica também a atribuição ao reclamado da *face de investigado do crime de sonegação fiscal*.

Entretanto, o reclamado não obedece ao sistema de preferência do par pergunta/resposta deste caso. Emprega a indiretividade que favorece aos investigados, especialmente quando querem se eximir da assunção de culpa, e responde de maneira evasiva informando que deveria emitir nota apenas de “**algumas coisas.**” (l.29).

A mediadora (l.30), entretanto, não se contentará com essa resposta e, parecendo já convencida da aplicação ao caso da categoria de crime fiscal, nem mesmo pergunta que coisas seriam essas, mas pede justificativas sobre essa exceção legal que o reclamado quer fazer crer possuir (l.30). Mais uma vez revela seu *papel de investigadora do cumprimento das leis* e dá ao reclamado a *face de investigado*, concedendo-lhe o direito de defender-se.

A explicação dada (l.31), entretanto, pelo reclamado em sua defesa mais uma vez não é capaz de persuadir essa guardiã da lei, já que não se apresenta pautada em leis. Assim, diante dessa sequência de justificativas para-legais do reclamado, a mediadora categorizará como crime fiscal o ato praticado –“tem coisa errada aí” – atribuindo ao mesmo agora não mais a face de investigado, mas a *face de criminoso*, ou seja, aquele que anda fora da lei, do “lado errado” da vida social:

- 32 Ana ah! você vai me desculpar ma:s , tem coisa errada aí , né?
- 33 José Aqui
- 34 Ana se você vendeu lá dentro do seu:: do:: da do da:: sua loja, no seu
- 35 contrato social, está como vendedor de carro, você vai me
- 01 desculpar mas você tem que dar uma nota fiscal. (6.0 seg)
- 02 Ana o quê que nós vamos fazer aí pra resolver isso é :: lucas?

Ao categorizar o ato praticado pelo reclamado como - “coisa errada” (l.32)- a mediadora circunda as inferências possíveis dentro de uma categoria de sonegação fiscal, que não é explicitada totalmente, mas pode ser indiretamente acionada.

A mediadora age aqui dentro de seu *papel de intérprete da lei*, ao dar àquela situação a interpretação legal cabível. E atribui ao reclamado a face de criminoso.

Na sequência fica ainda mais clara a possibilidade da inferência da categoria de crime fiscal, pois, nas l. 34-01, usa a estrutura sintática de condição (cumprida) -consequência (necessária) para reconstruir a situação da venda do carro e ainda reforçar a consequente obrigatoriedade da emissão de nota fiscal (l.34-01) através do uso da expressão “tem que”.

Assim, posto que o reclamado efetivamente vendeu um carro em sua loja “tem que” emitir nota fiscal. A mediadora, mais uma vez, age dentro do *papel de intérprete da lei* e, no exercício deste papel, atribui ao reclamado a face de criminoso, posto que descumpriu um dever legal.

Por fim, o pequeno momento de silêncio (l.01) que se justapõe a esta última fala da mediadora mostra que aquele seria um local relevante para a transição, entretanto, esta não acontece, o que permite inferir a confissão indireta do reclamado, já que ele não apresenta resistência à fala da mediadora.

Assim, os *papéis de investigadora do (des)cumprimento da lei e de intérprete da lei* mostram-se, neste momento interacional, no auge de seu sucesso, pois, ao construir para o outro a face de criminoso, alcançou o resultado esperado quando atingiu a confissão, ainda que indireta e acessível apenas por inferência, mas ratificadora da interpretação legal dada pela mediadora.

Na sequência, oportunamente, o ato da mediadora parece ativar seu *papel típico* neste tipo de atividade e especialmente nesta fase da audiência– o de *facilitadora do acordo*.

Assim, depois de atribuir ao ato praticado pelo reclamado a categoria de crime fiscal, atribuindo-lhe a face de criminoso, a mediadora voltará para seu objetivo local, conseguir uma proposta do reclamado que seja satisfatória para o reclamante e, assim, facilitar a construção do acordo flexibilizando a posição intransigente do reclamado, que não queria ressarcir em nada o consumidor:

- 02 Ana o quê que nós vamos fazer aí pra resolver isso é :: lucas?
 → 03 Lucas deixa eu ver. oh! essa bomba aqui eu pago toda. pronto, pra não
 04 ter conversa pra não ter pra não te::r essa bomba (elétrica)
 05 Pedro ()
 06 José o sensor de temperatura , desde o dia que eu peguei o carro
 07 ((tosse)) tá, tá, o carro vem oscilando

A mediadora aproveita, então, a face de criminoso atribuída ao reclamado e, aqui e agora, sob o papel de aplicadora da lei, dirige a ele um ato de ameaça indireta à que estaria sujeito uma vez travestido sob a face de criminoso.

Através deste ato de ameaça, a mediadora *dá um jeitinho* de fazer com que haja uma flexibilização na postura por ele até então adotada, requerendo dele uma proposta *resolutória* para o consumidor (l. 02): “o quê que nós vamos fazer aí pra resolver isso é :: lucas?”.

Há, neste ato de fala, mais de um sentido possível e a dubiedade é marcada igualmente em mais de um elemento lingüístico. Primeiro o pronome nós, ambíguo, aponta para uma ação que a mediadora e o reclamado podem desempenhar para resolver a situação em discussão, transparecendo também, a princípio, uma estratégia de aproximação.

A situação resolvedora, porém, também aparece como dúbia. Isso está marcado na duplicidade de sentido do pronome demonstrativo *isso*. Ele faz uma referência situacional apontando para duas ações resolutórias diferentes: 1) a aceitação, pelo reclamado, da possibilidade de denúncia, por parte da mediadora, da sonegação fiscal junto à Receita Federal e a conseqüente resolução do problema da nota fiscal; ou 2) a concretização por parte do reclamado de uma proposta que resolva a demanda do consumidor.

A ameaça aqui contida neste ato de fala da mediadora é indireta, entretanto, não só pela dubiedade pronominal dupla, mas também porque o tom de pergunta deste ato de fala e o direcionamento direto ao reclamado fazem com que pareça haver de fato uma possibilidade de escolha dada ao reclamado.

A resposta seqüencial do reclamado ratifica a coação implícita na fala da mediadora. Ele justapõe sua fala à dela e faz uma proposta: “deixa eu ver. oh! essa bomba aqui eu pago toda.” (l.03).

O desempenho da mediadora aqui revela seu *papel de facilitadora do acordo*, ou seja, aquela que busca a construção de propostas que viabilizem o acordo. Contudo, através da *estratégia do jeitinho*, revelada na ameaça indireta.

No entanto, há ainda implícito aqui, no ato de garantia deste acordo, um comprometimento da mediadora com a omissão diante de uma ilegalidade.

Sendo assim, neste jeitinho, manifesta-se o que Barbosa ([1992]2006) já dizia: um caso em que jeitinho e corrupção se misturam e revelam a face negativa desses fenômenos sociais.

Com isso, neste momento, a mediadora compromete sua performance de neutralidade, já que se afasta do exercício profissional de guardião e aplicadora da lei, para manter-se a parte dela, a fim de garantir, na verdade, a possibilidade do acordo.

Assim, embora a construção da face de criminoso atribuída ao reclamado tenha sido fundamental para obter dele uma proposta, parece que isto não foi o bastante. A confiança no comprometimento implícito da mediadora com a omissão diante da ilegalidade de um ato de sonegação fiscal, a inferência desse tratamento diferenciado, o reconhecimento implícito de sua face de pessoa, parecem ter sido preponderantes aqui para que o reclamado fizesse a proposta.

Um acordo, porém, para ser selado, precisa ter a anuência de ambas as partes: reclamante e reclamado.

A proposta do reclamado de pagar apenas uma bomba elétrica do carro não representa nem um terço dos gastos tidos pelo consumidor. Com isso, será, num primeiro momento, rechaçada pelo consumidor.

A mediadora, então, ao notar a emergência novamente do impasse na negociação, lançará mão de novo ato de ameaça, contudo, nesse momento, não apenas dirigida ao reclamado, mas também ao reclamante. Agirá então mais uma vez como a facilitadora na busca por alcançar as metas institucionais imperiosas de produção de acordos e, para tanto, atribuirá a ambos a face de pessoa:

- 14 Ana [se a gente for pedir essa nota
15 fiscal.] se a gente for pedir nota fiscal, vai ficar mais
16 enrolado ainda, né?
17 Lucas duzentos e cinquenta e um, é tudo que eu posso pagar.
18 Ana vocês é que sabem.
19 José não::, que isso eu já [gastei aqui ó:]

No excerto acima, a mediadora reitera de maneira mais explícita a ameaça de denúncia ao reclamado (l.14-16), mais acima referenciada, reforçando sua face de criminoso. Contudo, ao notar que ele mantém a mesma proposta (l.17) que já fora renegada pelo consumidor, retoma seu *papel de terceira parte neutra* de modo a manter seu dever de não imposição do acordo, deixando às partes a resolução do caso: “você é que sabem.” (l. 18).

Há nessa fala da mediadora o discurso da liberdade de escolha, porém, sequencialmente, se verificarmos que estratégia até então era a da ameaça de denúncia e, se olharmos adiante, e virmos que o consumidor nega novamente a aceitação da proposta do reclamado, parece que será preciso flexibilizar esse discurso da autonomia, assim como novamente relativizar a ameaça através do jeitinho:

- 20 Ana [senão, a gente] encaminha isso pra
 21 [justi:ça, encaminha isso pra receita]
 22 José [seiscientos e trinta e um seiscientos e trinta e cinco] cento e
 23 dez com quatrocentos e oitenta e oito que eu vou pagar, quanto que
 24 vai dar aí ? eu pagava tre quatro prestações do carro.
 25 Ana então a gente encaminha isso pra justiça::, e pra receita pra:
 26 pra: questionar sobre as not[as também.]
 27 Lucas [você quiser re]ceber os duzentos e
 28 cinqüenta e um, [eu te pago]
 29 José [na::o,] não quero receber duzentos e
 30 cinqüenta e um não. que eu vou gastar duzentos e cinqüenta e um.
 31 Lucas agora, isso aqui eu não tenho como eu te pagar.(isso não)
 32 José nã::o, mas tem coisa aqui que tem tem aqui que::
 33 Lucas se quiser receber os du[zentos e cinquenta e um]

Diante da permanência da resistência do consumidor (l.19) à proposta irrisória feita anteriormente pelo reclamado (l. 17), a mediadora inserirá novamente um ato estratégico de ameaça (l. 20), outra vez dúbio, posto que dirigido ao reclamante e ao reclamado, e determinado a garantir o acordo.

A ameaça dirige-se primeiramente a atacar a inflexibilidade do reclamante ameaçando-o com - “a gente] encaminha isso pra [justiça” (l.20-21). Isso, dentro do contexto judicial brasileiro, represente tornar ainda mais demorada a solução para o feito. Assim, há aqui a atribuição ao reclamante da face de pessoa, pessoa excluída do acesso à justiça e necessitada de um tratamento diferenciado e, neste caso, inferior ao que, numa relação de igualdade legal, seus direitos poderiam lhe garantir.

Em segundo lugar, há a ameaça que é dirigida ao reclamado – “encaminha isso pra receita]” (l.21), fazendo a denúncia de sonegação fiscal.

O papel aqui da mediadora é o de facilitadora deste acordo, entretanto, pautando-se novamente pela estratégia da ameaça e o jeitinho que corroboram um ato de sonegação fiscal ao garantir, implicitamente, a omissão diante do mesmo e, assim, o tratamento diferenciado ao reclamado, o reconhecimento do mesmo então enquanto pessoa.

Essas estratégias que buscam o acordo a todo custo colocam em cheque o ato de fala sequencialmente anterior da mediadora que parecia primar pela liberdade de escolha (l. 18).

Isso leva a concluir como Costa (2003) que, nas conciliações, “o mais trágico é que essa supressão da autonomia [da vontade] é revestida por um discurso de garantia da própria liberdade das partes.”. A liberdade de escolha, interposta entre atos de ameaça, parece aqui ser mesmo apenas um discurso, como disse o autor, e não algo a ser garantido na prática.

Note que, na sequência, o reclamante ainda mantém sua posição de resistência (l. 22-24) e a mediadora reforça a ameaça às partes (l.26-27).

O efeito da reiteração da ameaça que dá um jeitinho de conseguir o acordo parece pesar mais sobre o reclamante. Isso fica evidente quando se acompanha o movimento sequencial discursivo do reclamado.

O reclamado, sabendo que tem a seu favor a morosidade da justiça e a possibilidade de pagar o mínimo pelos prejuízos do reclamante e ainda livrar-se da denúncia de sonegação fiscal, se dirigirá diretamente ao consumidor e reforçará a ameaça da mediadora: “[você quiser re]ceber os duzentos e cinquenta e um, [eu te pago]”. Pode-se inferir dessa fala um alerta ao consumidor, ou seja, que, se ele quiser receber algo, que aceite os duzentos reais (l.27-28).

Num primeiro momento o consumidor até tentará resistir às ameaça e ao jeitinho (l.29-30), assim como às faces de pessoa atribuídas localmente, mas cederá (l.32) diante da nova recusa do reclamado em pagar-lhe mais (l.31) e também da inação da mediadora, que, com seu silêncio, parece corroborar o peso duplo da ameaça agora sob o reclamante, alinhando-se, assim, ao reclamado para garantir o acordo.

O consumidor, então, começará a ceder e a aceitará negociar o pagamento de partes do conserto do carro que foram pagas por ele (l. 32).

Ao final desta audiência, o peso destas ameaças e das faces de pessoa atribuídas fazem com que o consumidor aceite receber bem menos do que almejava e o reclamado pagará bem menos do que deveria, além disso o ato de sonegação fiscal é encoberto.

Os atos de ameaça quebram, então, não só o dever ético imposto ao papel de mediador de manter-se neutro e restringir-se a facilitar um acordo, mas também praticamente impõem um acordo que prejudica o consumidor e ratifica atos ilegais praticados pelo reclamado, concedendo ainda a este último uma face de pessoa merecedora de um tratamento diferente dos demais sonegadores, sobre os quais pesa a face de criminoso.

O papel de facilitador, quando visa garantir um acordo a qualquer custo, valendo-se da estratégia do jeitinho através de atos de ameaça e da atribuição da face de pessoa, gera um hibridismo em relação ao papel típico do mediador, pois quebra a performance de neutralidade tão cara a este papel ao possibilitar a omissão diante de um ato ilegal de sonegação fiscal e o tratamento diferenciado ao reclamado, atribuindo-lhe a face de pessoa.

Com isso, a face de criminoso construída para o reclamado, ao final, fica em segundo plano pela necessidade da produção do acordo. O formato da cidadania, tão esperado em tipos de atividade judiciais, também é relegado em prol do formato do jeitinho e da corrupção.

O consumidor não é reconhecido como um cidadão/indivíduo que tem direitos, mas como um excluído da Justiça, vez que a morosidade desta instituição obriga-lhe a aceitar um acordo qualquer, ou seja, um acordo muito aquém daquilo a que poderia ter direito de receber dentro de uma interpretação legal que lhe fosse mais favorável.

Essa ideologia da imperiosidade do acordo está representada na fala da representante do Procon, em entrevista concedida a Silveira (SILVEIRA; MAGALHÃES, 2008): “muitas vezes é melhor um péssimo acordo, a uma boa demanda. Era isso que você queria saber?” (p. 20).

4.3

Blóquia: o jeitinho e o favor na construção de uma proposta resolutória de acordo

A audiência a seguir, denominada “Blóquia”, trata do conflito acerca de um celular que foi comprado pelo reclamante e que apresentou problemas já no primeiro mês de uso. Apesar das sucessivas vezes em que o reclamante levou o aparelho para o conserto na assistência técnica autorizada, o celular ainda permanecia com problemas até a data da reclamação feita junto à Justiça e da audiência em questão. O consumidor propõe uma ação contra a fabricante do produto com o objetivo de obter a troca do aparelho ou a devolução do dinheiro gasto na compra corrigido monetariamente.

Nessa audiência, Cristina é a mediadora; Maria e Antônio são representantes da fabricante do celular, e Roberto é o comerciante que vendeu o produto. Esses três últimos, então, ocupam o papel de reclamados na situação.

O excerto a seguir está sequencialmente localizado no local apropriado para a construção da proposta resolutória ou da proposta da mediadora. Isso porque, nesta audiência, embora haja um acordo parcial entre reclamante e reclamada que envolve a substituição do aparelho do reclamante, não há acordo sobre outros pleitos do consumidor. O consumidor e a reclamada discordam sobre o seguinte: a garantia do novo telephone a ser recebido pelo consumidor. Para ele, a garantia deveria ser igual àquela do aparelho antigo – um ano. Porém, não há acordo sobre esse ponto e nem mesmo o Código é claro.

De acordo com o CDC, na mesma regra aplicável ao caso da OK!Veículos, bens duráveis devem ter garantias de três meses. Contudo, a lei também permite que as partes acordem entre si um período mais longo de garantia, e este foi o caso na audiência Blóquia.

O pleito do consumidor almejava também receber essa garantia estendida, qual seja, aquela igual à contratualmente conferida ao aparelho anterior, ou seja, de um ano. O consumidor buscava então uma interpretação contratual que lhe fosse mais favorável (conforme lhe seria garantido pelo art. 47, CDC) e um reconhecimento enquanto indivíduo, vez que é o próprio código que lhe garante essa proteção.

No entanto, a reclamada oferecia apenas os três meses de garantia previstos no art. 26, inc. II do CDC. Dizia também que, para conseguir o prazo de um ano, teria que obter autorização da própria fabricante. Sendo assim, diante desse impasse entre as propostas das partes diretamente em conflito, ingressa-se numa nova **fase** da audiência, *a fase da proposta resolutória ou da proposta da mediadora*.

Em se tratando de uma audiência de conciliação, a expectativa seria, conforme já falado anteriormente, que, nesse tipo de atividade, o enquadre em vigor fosse da discussão de direitos ou interpretações legais, a fim de que se chegasse a uma solução prevista em lei igualmente para todos os cidadãos.

No entanto, parece que, ao envolver uma situação que comporta divergência de interpretação legal, como é o caso da garantia do aparelho celular em questão e também como foi o caso da Ok! Veículos, no momento da concretização do acordo, meta instrumental do evento, pode ser necessário, a fim de flexibilizar a intransigência das partes - afastar o enquadre legal protetor, e usar outros mecanismos, que poderiam, por exemplo, ser encontrados no repertório próprio da cultura local.

Nesta situação, diante da mudança de enquadre, apresentações do self, faces e papéis diferentes daqueles atrelados à noções de cidadania e a faces de indivíduo poderiam ser atribuídas, por exemplo, ao consumidor.

A discussão a seguir começa neste ponto em que a mediadora formula uma proposta conciliadora:

- 10 Cristina então, vamos ver o seguinte com o senhor. essa
11 proposta dela <de te dar um aparelho novo?, com a
12 garantia de um ano>? É: o senhor fica satisfeito?
→ 13 Flávio eu acho que:: eu não tô aqui pra discutir com
14 Bló:quia nem com tellmax. eu acho que eu não quero
15 nada em cima de vocês eu só quero o meu direito de
16 consumidor de comprar um aparelho e::
17 Roberto exato
18 Flávio tá funcionando normalmente=
19 Cristina =lógico
→ 20 Flávio então eu não tô aqui pra:: pra mim tá ótimo. trocando
21 meu telefone e me dando um ano de garantia, o
22 telefone servindo pra mim tá excelente. não precisa
23 de:: mais alguma coisa=

A proposta feita pela mediadora nas linhas 10-12 é chamada conciliadora, além de resolutória, porque converge os interesses do reclamante e aquilo que a

reclamada diz que poderia conseguir se obtivesse uma autorização. Através desse ato, a mediadora desempenha seu papel de *facilitadora do acordo*.

Esse papel e a proposta correlacionada da mediadora não são, entretanto, ratificados pelo consumidor, que em sua reação adjacente a este ato de fala da mediadora resiste dizendo “eu só quero o meu direito de consumidor” (l.15). A modalização nesta frase operada pelo advérbio “só”, através do qual o reclamante delimita, cerca aquilo que seria seu objetivo: receber apenas os seus direitos, projeta para si então um reconhecimento enquanto cidadão, projetando para si uma face de indivíduo, igual a todos outros consumidores.

Essa reação do consumidor sinaliza também uma leitura feita por ele da proposta formulada pela mediadora.

Através do modo como o mediador formulou essa proposta de acordo, o consumidor parece ter percebido nela uma mudança no enquadre local de discussão de direitos.

Assim, quando a mediadora usa o verbo “dar”, ela parece ter indicado ao consumidor que o ato de troca do aparelho e a garantia de um ano, uma vez alcançadas, não seriam direitos conquistados, mas seriam como doações daquela reclamada para aquele consumidor.

Além disso, logo após terminar a formulação da proposta, a mediadora dirige uma pergunta ao consumidor em que busca dele um compromisso de satisfação com aquela proposta (l. 12). A mediadora cobra do consumidor e ao mesmo tempo, especialmente, garante à reclamada que o pleito a ser atendido se limitava àqueles itens formulados.

Isso parece ter feito o consumidor enquadrar a proposta da mediadora como uma proposta personalizada (Abritta, 2007), que, enquanto tal, poderia inclusive ser delimitada aos itens formulados pela mediadora, baseada no que havia dito a reclamada. Mais uma vez, a reação seqüencial resistente do consumidor, supra-referenciada, parece mesmo confirmar essa leitura.

Vale lembrar que essa reação seqüencial do consumidor à proposta conciliadora da mediadora parece comprovar a possibilidade de se inferir a tentativa de atribuição a ele da face pessoa, no caso, favorecida por um tratamento especial que lhe seria garantido. Assim, quando o consumidor diz - “eu acho que eu não quero nada em cima de vocês eu só quero o meu direito de

consumidor” (l. 14-16) - repudia aqui essa face de pessoa favorecida e reivindica de volta a face de indivíduo ou cidadão.

Esse reconhecimento enquanto indivíduo/cidadão aparece especialmente quando afirma só querer o previsto em lei, ou seja, como já visto, **só** os direitos garantidos pela legislação a todos os consumidores. Ele não quer então um tratamento diferenciado garantido às pessoas em razão de suas redes de relações. Ele não quer o tratamento diferenciado que a reclamada diz poder através de sua ligação com a fabricante. Ele quer o que a lei lhe garante, a ele e a todos os demais consumidores. Ele quer a igualdade legal dada aos indivíduos e não o jeitinho garantido pela relação a ser firmada entre ele, cliente, e a reclamada via fabricante.

O turno de fala do reclamante mais adiante, quando *formula* seu pedido de maneira específica e objetiva, dá mais uma vez mostras dessa face de indivíduo com que procura resistir à que a mediadora havia buscado impingir-lhe, qual seja, a de pessoa favorecida: “trocando meu telefone e me dando um ano de garantia, o telefone servindo pra mim tá excelente.” (l. 20-23).

No fechamento de sua fala, porém, já há um início da derrocada da resistência deste consumidor/reclamante ao tratamento personalizante, à face de pessoa que começara a ser-lhe atribuída. Isso acontece quando ele destaca que “não precisa de:: mais alguma coisa” (l. 23), ou seja, basta o que a lei garante a todos. Esse “mais alguma coisa” era, porém, conforme informações do início desta audiência, uma indenização por dano moral pedida pelo reclamante. Aqui, este pedido parece ser colocado como algo para além da lei e, além disso, uma vez posto o enquadre cultural do personalismo, esse pedido vai além do que a mediadora propõe e do que a reclamada disse poder conseguir.

Pode-se inferir, então, que, dentro desse novo enquadre proposto pela mediadora na formulação de sua proposta, a lei não mais emerge como parâmetro de discussão, mas sim o enquadre cultural do personalismo, traço descrito pela antropologia como próprio do Brasil, parece começar a ganhar forma. Isso porque a proposta, especialmente na maneira como é formulada pela mediadora, dá ao possível acordo um caráter de ato personalizado, conferindo às partes às faces de pessoa dignas de um tratamento personalizado.

Dito de outro modo: o acordo parece ser uma solução delineada para aquele consumidor por aquela reclamada, ou seja, um negócio firmado entre *pessoas* e não mais um atendimento indiscriminado a todas as garantias legais conferidas aos indivíduos em geral.

Começaria aqui, então, a atribuição pela mediadora, no desempenho de seu papel de facilitadora, da face de *pessoa* favorecedora à reclamada e, especialmente, a construção da face de pessoa favorecida para o consumidor.

É de se notar então que, apesar dos movimentos de resistência do consumidor até então destacados, na delimitação de sua proposta/pedido (l.20-23), ele faz coincidir seus itens de pedido com os da proposta conciliadora, deixando de lado o pedido do dano moral. Isso não faz com que a mediadora mude o enquadre cultural personalista ao sinalizar um acordo entre propostas e sinaliza para ela que pode dar prosseguimento nos passos de concretização do acordo.

Dessa forma, uma vez conseguida a proposta fechada do consumidor, basta alcançar a confirmação desta proposta pela reclamada:

```

24 Cristina =a senhora quer: uns cinco minutos, dez minutos para
25          ligar pra São Paulo?
26 Maria    >quiser já ligo agora<. É só pra::
27 Cristina então ótimo. a gente fica aguardando e deixa um
28          consumidor feliz::
29 Flávio   É
30          (1.3)

```

A estratégia da mediadora para conseguir a ratificação da proposta pela reclamada é, mantendo-se em seu *papel de facilitadora*, dar a ela o poder para, em uma ligação, através de uma conversa, ou seja, com *jeitinho*, decidir sobre os pedidos do consumidor.

Desta forma, a mediadora rompe com a sua performance de neutralidade, por favorecer uma das partes ao dar-lhe poder decisório. E a reclamada, uma vez posta neste local de poder, apresenta-se como a poderosa, vestindo essa face, e prontamente se dispõe a agir (l. 26).

Essa fala da mediadora faz emergir o enquadre cultural do *jeitinho*. Isso porque, como visto, dá à reclamada o poder para negociar e decidir com a fabricante acerca do ano de garantia almejado pelo consumidor.

Com isso, ratifica-se a hierarquia entre as partes em conflito e o enquadre simultâneo do favor (ABRITTA, 2007) reforçando, assim, a face de pessoa favorecida que se busca impingir ao consumidor.

Isso porque, uma vez conseguida a garantia, essa viria como uma concessão feita pela fabricante para aquele consumidor especificamente, ou seja, seria um negócio de cunho personalíssimo e não mais algo garantido pela lei a todos.

A reclamada se apressa em atender ao pedido da mediadora para que ligasse para a fabricante. Diz a reclamada - “>quiser já ligo agora<.” (l. 26) – e, dessa forma, ao atender à solicitação da mediadora, ratifica a posição hierárquica mais elevada em que foi colocada, pois aceita o poder decisório que lhe foi conferido e a face de pessoa a ela atribuída. Essa face de pessoa é aqui vista porque o tratamento dado ao reclamante seria aquele definido pela reclamada através do contato com a fabricante e não o tratamento da lei conferido aos indivíduos.

Quando a mediadora constrói sua resposta em relação à presteza da reclamada, ao dizer que, o atendimento do pedido “deixa um consumidor feliz::”, tal como quando perguntou ao consumidor se ele ficaria satisfeito, mais uma vez a mediadora recorre a sentimentos para falar do estado do consumidor e não de direitos atendidos. Dessa feita, uma vez reconhecido como alguém beneficiado por favores, ao consumidor é projetada a face de alguém feliz e satisfeito com o que lhe estaria sendo dado naquele acordo. O trabalho com faces parece aqui ainda mais evidente. Isso porque, como valor positivo reivindicado pelo self e que para sobreviver precisa do outro, aqui aparece como esse valor positivo já conferido pelo outro (a mediadora) para o self (o consumidor). É o reconhecimento do consumidor como quem quer ser feliz e vai ser através, porém, não da lei, mas daquela reclamada. Há de novo o reforço do enquadre do jeitinho e do personalismo aqui emergindo juntamente com o trabalho de face.

Mais adiante, na sequência, após ter enquadrado a situação com um ato de doação da reclamada para aquele consumidor, ou seja, um favor prestado, e de ter ratificado explicitamente a assimetria de poder entre reclamante e reclamada, a mediadora irá ainda acentuar mais essa desigualdade de poder e comprometer sua

performance de neutralidade, afastando o reconhecimento do consumidor enquanto cidadão ao pedir o seguinte ao reclamante:

- 31 Cristina aí amanhã se tiver um outro modelo o senhor compra de
- 32 novo a blóquia?
- 33 ((Todos riem))
- 34 Cristina tem que prometer [é i:sso aí::!]

Assim logo após uma pausa na interação de 1.3 minutos (l. 30), posta logo após a reclamada ter saído para fazer o telefonema, a mediadora toma o turno, na l. 31, e cobra do consumidor o compromisso com a fidelização enquanto cliente dos produtos da fabricante: “aí amanhã se tiver um outro modelo o senhor compra de novo a blóquia?” (l. 31-32).

Esse pedido da mediadora é ainda reforçado pela solicitação de comprometimento explícito do consumidor/reclamante para com a retribuição: “tem que prometer [é i:sso aí::!]” (l.34).

Tal como previsto por Mauss (1974), o favor prestado deve ser retribuído e pode ser, por isso mesmo, cobrado. Esse fato ajudaria a garantir o acordo, pois sinaliza para a reclamada que ela também seria beneficiada por um tratamento personalizado, uma vez que obteria a fidelização daquele cliente.

Assim, sem sair de seu papel de facilitadora do acordo, mas agora como uma efetiva *garantidora da conciliação* entre as partes, a mediadora irá requerer do consumidor uma retribuição pelo ato de benevolência que estaria a receber da reclamada (l. 31 e l. 34).

Apesar do tom de small talk, a mediadora irá usar uma *account*, pedindo uma prestação de contas específica do consumidor, a qual deverá vir através de uma retribuição pelo ato de benevolência que estaria a receber da reclamada (l. 31 e l. 34).

Aqui, já totalmente fora de um enquadre cultural de garantia de direitos, mas ainda dentro daquele de garantia de um acordo personalíssimo para o consumidor, a mediadora requererá dele a fidelização enquanto cliente da fabricante do aparelho celular defeituoso que o consumidor havia adquirido e agora busca ver trocado.

Através deste ato de lealdade, a mediadora sinaliza para a reclamada que ela seria retribuída pela atitude benéfica tomada pelo consumidor. Atribui, então,

à reclamada a face de pessoa, digna de tratamento diferenciado e não sujeita à igualdade de deveres atribuídos pela lei.

Além disso, a mediadora parece querer fazer com que o consumidor mostre sua gratidão para com a reclamada. Para tanto, ela requererá do reclamante uma espécie de reparação em relação ao ato de benesse que a reclamada irá praticar.

Essa reparação às avessas viria na fidelização do consumidor enquanto cliente da fabricante do aparelho celular defeituoso que ele havia adquirido e agora busca ver trocado.

Este ato de lealdade sinalizaria para a reclamada que ela seria retribuída ou reparada pela atitude benéfica tomada para com o consumidor. Além disso, esse ato da mediadora quer fazer com que o consumidor mostre sua gratidão para com a reclamada e, assim, a reconciliação entre as partes.

Esse consumidor, entretanto, parece reivindicar para si o papel de consumidor profissional, que sabe de seus direitos e percebe quando um enquadre que lhe desmerece enquanto cidadão emerge, assim, a sequência a seguir, continuação da anterior, dá conta do silêncio duradouro dele em relação aos pedidos da mediadora:

```

35 Maria                                [vai lançar:] vai lançar mais um
36      modelo, heim? ((rindo))
37 Cristina aí ó!
38 Roberto ta vendo?=
39 Maria      =prepare-se[porque tem modelo novo]
40 Roberto      [já tem modelos novos?] ((rindo))
41 Cristina cada dia diminuindo?
42 Joana      mais, né?
43 Maria      agora é a intenção. né? ((rindo))
44 Cristina eu acho que o dela é menor que o seu

```

Apenas os risos do consumidor junto aos demais (l. 33) são ouvidos após o pedido de retribuição da mediadora até a primeira fala do consumidor (l. 47). Os risos podem ser vistos como um enquadre de brincadeira atribuído por todos aos pedidos da mediadora (ABRITTA, 2007). Vale lembrar que accounts podem não só cumprir uma função reparadora, mas também possibilitar a emergência de small talk (RAEVAARA, 2010), o que efetivamente ocorre depois dos risos de todos.

O silêncio do consumidor e a emergência de sua fala na l. 47 mudando o tópico do small talk (l. 35-46) instalado após os risos, mostram o seu movimento de resistência.

A resistência diz respeito a todo esse enquadre cultural da personalização de direitos encapsulador de um tipo de discurso do *jeitinho*, que legitima a assimetria de poder entre consumidor e reclamada, ao invés de reforçar os laços de cidadania e garantia de direitos e deveres iguais.

É também a resistência desse consumidor em relação a essa face de pessoa favorecida por um tratamento diferenciado e, conseqüentemente, a face de pessoa devedora de um favor.

Vale notar que a fala que emerge justaposta àquele pedido de promessa de retribuição da mediadora (l. 34) é da reclamada (l. 35-36). E essa fala, ao aparecer sobreposta à da mediadora e com a finalidade de divulgar o lançamento de novos produtos, mostra-se alinhada à da mediadora e ratificando a face pessoa favorecida e, por conseguinte, de devedor desse favor do consumidor.

Ademais, a reclamada coloca, desse modo, aquilo que estaria fazendo para o consumidor como um ato interessado, no caso, na fidelidade daquele consumidor para com os produtos da empresa. Tal como previsto por Coelho (2002, 2006), a troca de presentes e favores pode sim ser motivada por interesses. E, nesse ponto, há uma discordância com o previsto por Mauss, uma vez que para ele a dádiva seria sempre desinteressada.

Nessa fase final da audiência, então, pode-se notar a emergência contextual local de questões culturais descritas pela antropologia como características da cultura brasileira, tais como: o personalismo, o *jeitinho* e o favor como formas de “navegação social” (DAMATTA, 1980).

Surge nesta etapa da audiência estudada, a face de pessoa favorecida atribuída pela mediadora ao consumidor quando ela enquadra os benefícios auferidos pelo consumidor como um negócio de cunho personalíssimo, um *jeitinho* que teria sido dado pela reclamada para atender aos desejos daquele consumidor, fazendo-lhe então um favor.

No entanto, o reclamante/consumidor resiste a essa face através de palavras, quando diz claramente que só quer os seus direitos de consumidor, e também por meio do silêncio: a não resposta diante do pleito de gratidão feito pela

mediadora em relação àquilo que ela entende ser um favor que a reclamada faria atendendo aos pedidos daquele consumidor.

Assim, o formato do personalismo aparece nesta audiência, muito embora haja a resistência do consumidor a ele. As faces que perduram e garantem um acordo nos termos da proposta resolutória da mediadora são aquelas de pessoa, apesar de o reclamante reivindicar um reconhecimento como indivíduo. Os direitos são mais uma vez restringidos em prol da garantia de um acordo, através do emprego desse enquadre cultural do personalismo.