



ARDALA MARTA CORSO

**A MEDIAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE RESOLUÇÃO DOS
CONFLITOS JUSCONSUMERISTAS NA SOCIEDADE DO
ESPETÁCULO: ANÁLISE DOS CONFLITOS DE CONSUMO MEDIADOS
NO CENTRO DE CONCILIAÇÃO E MEDIAÇÃO DO FORO CENTRAL DE
PORTO ALEGRE.**

CANOAS, 2017

ARDALA MARTA CORSO

**A MEDIAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE RESOLUÇÃO DOS
CONFLITOS JUSCONSUMERISTAS NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO:
ANÁLISE DOS CONFLITOS DE CONSUMO MEDIADOS NO CENTRO DE
CONCILIAÇÃO E MEDIAÇÃO DO FORO CENTRAL DE PORTO ALEGRE.**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de mestre em Direito
pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da
Universidade La Salle

Orientador: Prof. Dr. Marcos Jorge Catalan

CANOAS 2017

ARDALA MARTA CORSO

**A MEDIAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE RESOLUÇÃO DOS
CONFLITOS JUSCONSUMERISTAS NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO:
ANÁLISE DOS CONFLITOS DE CONSUMO MEDIADOS NO CENTRO DE
CONCILIAÇÃO E MEDIAÇÃO DO FORO CENTRAL DE PORTO ALEGRE.**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de mestre em Direito
pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da
Universidade La Salle

Aprovado pela banca examinadora em 20 de dezembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Cláudia Cachapuz
Universidade La Salle

Prof. Dr. Cássius Guimarães Chai
Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Prof. Dr. Jorge Morais Carvalho
Universidade Nova de Lisboa

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C826m Corso, Ardala Marta.

A mediação como instrumento de resolução dos conflitos jusconsummeristas na sociedade do espetáculo [manuscrito] : análise dos conflitos de consumo mediados do Centro de Conciliação e Mediação do Foro Central de Porto Alegre / Andarla Marta Corso – 2017.

141 f.; 30 cm.

Dissertação (mestrado em Direito) – Universidade La Salle, Canoas, 2017.
“Orientação: Prof. Dr. Marcos Jorge Catalan”.

1. Direito do consumidor. 2. Mediação. 3. Consumidor. I. Catalan, Marcos Jorge. II. Título.

CDU: 347.451.031

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Marta e Valmor, por sempre apoiarem minhas escolhas.

Ao meu marido Guilherme, de forma muito especial, pois compreendeu as ausências que o Mestrado exigiu e não me deixou esmorecer. Por me encorajar sempre, admirar minhas conquistas e, principalmente, me proporcionar as condições necessárias para que pudesse me dedicar a este projeto.

Agradeço imensamente ao meu orientador professor Marcos Catalan, não apenas pela dedicação a esta pesquisa e sua constante orientação, mas por exigir de nós, seus alunos, o “mais”, por acreditar em nós e pela sua generosidade de nos proporcionar tantos momentos de aprendizado.

Aos professores Cássius Chai e Daniel Achutti, pelos apontamentos preciosos na banca de qualificação.

Aos integrantes da banca de defesa da dissertação, mais uma vez ao professor Cassius Chai, que se dispôs a realizar uma viagem tão longa para estar aqui e contribuir com a pesquisa, bem como aos professores Maria Cláudia Cachapuz e Jorge Morais Carvalho que, prontamente, aceitaram o convite e se disponibilizaram a contribuir com seu conhecimento.

As servidoras do CEJUSC, Luciane e Ângela, por compreenderem a importância da pesquisa e pela gentileza com que me receberam.

A sócia, amiga, companheira, Victoria, porque suportou tantas vezes sozinha o trabalho para que eu pudesse me dedicar à pesquisa e dividiu comigo tantas vezes seu conhecimento, sempre incansável para me auxiliar.

Aos colegas do Mestrado, mas em especial aos amigos, Jorge, Norberto e Yasmine, pelo companheirismo e troca de ideias que, sem dúvida, tornaram a jornada menos árdua.

RESUMO

A partir do século XVIII a sociedade de consumo tornou-se, gradativamente, uma das figuras mais emblemáticas da vida cotidiana nas sociedades contemporâneas. Tudo visa à aceleração do consumo e à acumulação de bens de consumo. Acredita-se que uma vida boa depende do consumo de determinados bens e produtos e, assim, a ideia de felicidade está cada vez mais ligada à possibilidade de ter, de consumir e de parecer. Uma das consequências desta realidade é a multiplicação das lesões sofridas pelos consumidores e o aumento do número de conflitos. Considerando a proteção integral do consumidor assegurada pela Constituição Federal de 1988 no rol dos direitos fundamentais (artigo 5º, inciso XXXII), não basta assegurar-lhe uma gama de direitos, é necessário disponibilizar um sistema idôneo de reconhecimento e acesso à mecanismos que possibilitem solucionar os conflitos atendendo às especificidades que os caracterizam. Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor foi uma das leis pioneiras no tocante à abordagem dos métodos ditos alternativos de solução de controvérsias. No entanto, enquanto o cabimento e os benefícios da mediação são quase consensuais em algumas áreas, como no direito das famílias e no direito de vizinhança, o uso deste método de resolução de controvérsias no direito do consumidor, ainda permanece em aberto. Por outro lado, os meios de resolução dos conflitos de consumo existentes ainda não são plenamente capazes de conferir ao consumidor tutela eficaz dos seus direitos, seja em razão da morosidade, inefetividade ou difícil acesso. Assim, a presente pesquisa objetiva responder se a mediação pode ser um método para a solução de conflitos que envolvem relações de consumo. Para responder ao problema de pesquisa formulado, realizou-se pesquisa empírica no âmbito do Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central de Porto Alegre, a fim de aferir quantos conflitos de consumo foram mediados desde janeiro de 2015 até o final do ano de 2016, ano da entrada em vigor do Código de Processo Civil de 2015, tanto na esfera processual como pré-processual. Em seguida, apurou-se o resultado da mediação, a fim de verificar se o procedimento foi efetivo, adotando como critério a realização do acordo. Ao final, concluiu-se que a mediação pode ser um método adequado e efetivo para a resolução dos conflitos resultantes das relações de consumo, especialmente no âmbito pré-processual. Fatores, como ausência das partes e comportamento do mediandos ou dos operadores do Direito, podem ser apontados para a infetividade da mediação, o que sugere necessidade de alterações no ensino jurídico que ainda dá pouca ênfase aos meios consensuais, além da informação das partes acerca dos meios disponíveis para a efetivação de seus direitos. Espera-se que a realização de pesquisas como a presente, tenham o condão de contribuir para a disseminação de sua prática.

Palavras-chave: sociedade de consumo; consumidor; Direito do Consumidor; mediação.

ABSTRACT

From the eighteenth century the consumer society gradually became one of the most emblematic figures of everyday life in contemporary societies. Everything is aimed at accelerating consumption and the accumulation of consumer goods. It is believed that a good life depends on the consumption of certain goods and products and thus the idea of happiness is increasingly linked to the possibility of having, consuming and looking. One of the consequences of this is the multiplication of the damages suffered by consumers and the increase in the number of conflicts. Considering the full protection of the consumer guaranteed by the Federal Constitution of 1988 in the list of Fundamental Rights (article 5, item XXXII), it is not enough to assure a range of rights, it is necessary to provide an adequate system of recognition and access to mechanisms that allow solving the conflicts taking into account the specificities that characterize them. In this sense, the Code of Consumer Protection was one of the pioneering laws regarding the approach to so-called alternative methods of dispute resolution. However, while the appropriateness and benefits of mediation are almost consensual in some areas, such as in family law and neighborhood law, the use of this method of dispute resolution in consumer law remains open. On the other hand, the means of resolving existing consumer disputes are still not fully capable of conferring effective protection of consumer rights, whether because of delay, ineffectiveness or difficult access. Thus, the present research aims to answer if mediation can be a method for the solution of conflicts that involve consumer relations. In order to respond to the formulated research problem, an empirical research was conducted within the Mediation and Conciliation Center of the Central Forum of Porto Alegre, in order to ascertain how many conflicts of consumption were mediated from January 2015 until the end of 2016, year of the entry into force of the Code of Civil Procedure of 2015, both procedural and pre-procedural. Then, the result of the mediation was verified, in order to verify if the procedure was effective, adopting as criterion the accomplishment of the agreement. In the end, it was concluded that mediation can be an adequate and effective method for the resolution of conflicts resulting from consumer relations, especially in the pre-procedural context. Factors, such as the absence of parties and the behavior of mediators or legal operators, can be pointed out to the ineffectiveness of mediation, suggesting a need for changes in legal education that still gives little emphasis to consensual means, as well as informing the parties about the available means for the realization of their rights. It is hoped that the conduct of researches such as this one will have the potential to contribute to the dissemination of its practice.

Key words: consumer society; consumer; Consumer Law; mediation

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. AMBIENTAÇÃO SOCIOLÓGICA: A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIDA NA SOCIEDADE DE CONSUMO.....	14
1.1 GÊNESE E MUTAÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO.....	14
1.2 CONSUMIDORES CONSUMIDOS.....	23
1.3 O DIQUE AMEAÇA RUIR: O CRESCIMENTO DAS PATOLOGIAS DE CONSUMO JUDICIALIZADAS.....	32
2. CONTORNOS JURÍDICOS: HISTORICIDADE, LEGALIDADE E EFETIVIDADE DA MEDIAÇÃO NA SEARA JUSCONSUMERISTA.....	40
2.1 MECANISMOS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS DE CONSUMO NO BRASIL: UM PASSEIO ATRAVÉS DO TEMPO.....	40
2.2 A FUGA DO JUDICIÁRIO: A LEGALIDADE DA MEDIAÇÃO NA RESOLUÇÃO DOS CONFLITOS DE CONSUMO.....	47
2.3 A (IN)EFETIVIDADE DA MEDIAÇÃO COMO MEIO DE RESOLUÇÃO DOS CONFLITOS CONSUMERISTAS: UMA REFLEXÃO NECESSÁRIA.....	57
3. TESTE EMPÍRICO: ANÁLISE DOS DADOS PRODUZIDOS NA PESQUISA REALIZADA JUNTO AO CENTRO DE CONCILIAÇÃO E MEDIAÇÃO DO TJRS..	70
3.1 MÉTODO E METODOLOGIA: PROJETANDO A CAMINHADA EMPÍRICA.....	70
3.2 MAPEANDO OS CONFLITOS DE CONSUMO MEDIADOS EM UM CENTRO DE CONCILIAÇÃO E MEDIAÇÃO: A FUSÃO DE OLHARES QUALITATIVOS E QUANTITATIVOS.....	78
3.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS NOS CONFLITOS MEDIADOS: A PROVISORIEDADE DAS PRIMEIRAS LINHAS DE UMA CONCLUSÃO SOBRE A EFETIVIDADE DA MEDIAÇÃO NA RESOLUÇÃO DOS CONFLITOS JUSCONSUMERISTAS.....	84
CONCLUSÃO.....	96

REFERÊNCIAS.....	100
APÊNDICE A.....	109
APÊNDICE B.....	112
APÊNDICE C.....	118
APÊNDICE D.....	128

INTRODUÇÃO

A partir do século XVIII a sociedade de consumo tornou-se, gradativamente, uma das figuras mais emblemáticas da vida cotidiana nas sociedades contemporâneas. Atualmente, as necessidades são cada vez maiores e, como consequência, o consumo tende a ser desenfreado. A aparência tem importância fundamental e quase assume personalidade própria. Tudo visa à aceleração do consumo e a acumulação de bens de consumo. Acredita-se que uma vida boa depende do consumo de determinados bens e produtos e, assim, a ideia de felicidade está cada vez mais ligada à possibilidade de ter, de consumir e de parecer.

Uma das consequências desta realidade é a multiplicação das lesões sofridas pelos consumidores e o aumento do número de conflitos. De acordo com o relatório elaborado pelo Conselho Nacional de Justiça, Justiça em Números, no ano de 2014, o Poder Judiciário contava com um acervo de dois milhões de processos judiciais envolvendo Direito do Consumidor (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2015).

A proteção integral do consumidor é assegurada pela Constituição Federal de 1988 no rol dos direitos fundamentais (artigo 5º, inciso XXXII), o qual determina expressamente que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. Assim, não basta assegurar ao consumidor uma gama de direitos, é necessário disponibilizar a ele um sistema idôneo de reconhecimento e acesso à mecanismos que possibilitem solucionar os conflitos atendendo às especificidades que os caracterizam.

Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor foi uma das leis pioneiras no tocante à abordagem dos métodos ditos alternativos de solução de controvérsias. O artigo 4º da lei consumerista, ao prever os princípios que regem a Política Nacional das Relações de Consumo, traz entre os objetivos, em especial no inciso V, o dever de criação de mecanismos alternativos de solução de conflitos. Claramente, este dispositivo abre as portas para a utilização da mediação como método de solução dos conflitos de consumo.

No entanto, enquanto o cabimento e os benefícios da mediação são quase consensuais em algumas áreas, como no direito das famílias e no direito de vizinhança, o uso deste método de resolução de controvérsias no direito do consumidor, ainda permanece em aberto. A literatura jurídica consumerista tem conferido pouco ou nenhum tratamento à mediação como

método de resolução dos conflitos jusconsumeristas, atribuindo maior relevância a utilização da arbitragem e a lei dos Juizados Especiais Cíveis. Por outro lado, os meios de resolução dos conflitos de consumo existentes ainda não são plenamente capazes de conferir ao consumidor tutela eficaz dos seus direitos, seja em razão da morosidade, inefetividade ou difícil acesso.

Exemplos de países como Portugal e Espanha e de programas de mediação para a solução de casos específicos, já montados no Brasil, demonstram que a mediação tem potencial para ser um método para a solução de conflitos no cenário das relações de consumo. Diante de sua regulamentação no âmbito do Poder Judiciário, com o advento da Lei da Mediação e do Código de Processo Civil de 2015, bem como do aumento do número de litígios que envolvem relação de consumo na sociedade atual, entendeu-se relevante analisar se a mediação é utilizada na resolução dos conflitos jusconsumeristas e se ela tem se mostrado um método efetivo, mormente diante necessidade de conferir tutela efetiva ao consumidor, atendendo ao comando constitucional.

Assim, a presente pesquisa objetiva responder ao seguinte problema: a mediação pode ser um método para a solução de conflitos que envolvem relações de consumo? A partir do problema de pesquisa, formulou-se uma hipótese afirmando que, mesmo a legislação consumerista disponibilizando ao consumidor todas as espécies de ações capazes de lhe propiciar adequada e efetiva tutela (artigo 83 do Código de Defesa do Consumidor) e prevendo a possibilidade de utilização de meios alternativos de conflitos (artigo 4º, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor), a previsão do Código de Processo Civil, segundo a qual a mediação será utilizada, preferencialmente, nos casos em que exista um vínculo anterior entre as partes, pode constituir fator impeditivo para a utilização da mediação nos conflitos que envolvem relações de consumo.

A fim de responder ao problema de pesquisa formulado traçou-se como objetivo geral analisar o procedimento da mediação, de acordo com o Código de Processo Civil de 2015 e Lei 13.140/2015 e a possibilidade de utilização do procedimento nos conflitos jusconsumeristas. Também foram traçados os seguintes objetivos específicos, (a) descrever a gênese e mutação da sociedade de consumo, bem como sua influência sobre os consumidores e suas consequências no que diz respeito aos conflitos decorrentes das relações de consumo; (b) analisar a evolução dos mecanismos de defesa dos consumidores no Brasil e a legalidade da mediação, bem como sua efetividade como método de resolução de litígios jusconsumeristas e, por fim, (c) verificar se a mediação é usada como método de resolução de conflitos de consumo

e se pode ser considerada efetiva nesta seara.

Visando a alcançar os objetivos traçados, realizou-se pesquisa empírica no âmbito do Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central de Porto Alegre. Aferiu-se, inicialmente, quantos conflitos de consumo foram mediados a desde janeiro de 2015 até o final do ano de 2016, ano da entrada em vigor do Código de Processo Civil de 2015, tanto na esfera processual como pré-processual e, em seguida o resultado da mediação.

Tal aferição foi realizada como base nos relatórios elaborados pelo próprio Centro dos quais constava os números dos processos judiciais que lá ingressaram, bem como o número dos pedidos de mediação pré-processuais. A partir do mês de abril de 2016 a análise teve por base a agenda de mediações realizadas, que foi disponibilizada pelo CEJUSC. Tais informações foram registradas a partir de janeiro de 2015, por meio de planilhas elaboradas e alimentadas de forma manual pelos servidores e não contém as informações relativas aos litígios que envolvem Direto de Família os quais possuem planilhas exclusivas. Para identificar a matéria objeto do conflito, bem como o resultado da mediação, realizou-se pesquisa manual, junto ao site do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, a fim de analisar os termos das sessões, bem como das sentenças dor processos judiciais.

Assim, a análise dos dados obtidos na pesquisa foi realizada com base nos métodos quantitativo e qualitativo, o que permitiu a apuração do número de conflitos mediados e também a análise dos resultados obtidos no procedimento da mediação, uma vez que o pretendia-se não apenas responder se a mediação é usada como método de solução de conflitos de consumo, mas também se, uma vez utilizada, mostrou-se um método efetivo para a solução destes conflitos, adotando como critério a realização do acordo.

O presente trabalho, portanto, é composto por três capítulos, os quais são divididos em três seções. No primeiro capítulo, intitulado “Ambientação sociológica: a espetacularização da vida na sociedade de consumo” analisa-se, inicialmente, a gênese e a mutação da sociedade de consumo, bem como sua influência sobre os consumidores. Ao final, demonstra-se como esta realidade influencia de modo direto no aumento vertiginoso do número de processos judiciais que têm como objeto conflitos de consumo. Por meio da análise dos números informados pelo Conselho Nacional de Justiça, no relatório Justiça em Números, aponta-se a evolução do acervo processual relativo ao Direito do Consumidor, tanto do Poder Judiciário como das Turmas Recursais e Juizados Especiais Cíveis.

Feita esta análise, no segundo capítulo intitulado “Contornos jurídicos: historicidade, legalidade e efetividade da mediação na seara jusconsumerista” traça-se, em primeiro lugar, a evolução da proteção ao consumidor, que atinge seu ponto máximo com a inserção no rol dos direitos fundamentais da Constituição Federal de 1988 e com o advento do Código de Defesa do Consumidor em 1991. Neste tópico, analisa-se o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, por meio dos órgãos que servem como instrumentos para que seja executada a Política Nacional das Relações de consumo. Em seguida, traça-se a evolução da legislação consumerista e processual no tocante à previsão legal da mediação, desde o advento do Código de Defesa do Consumidor, que, mesmo antes da publicação da Resolução 125 do CNJ, tida como marco legal da mediação no Brasil, já abria as portas para a utilização do procedimento como método de solução de conflitos de consumo. Na última seção, em virtude de a mediação dos conflitos de consumo ainda ser pouco difundida no Brasil, os exemplos de Espanha e Portugal são utilizados para demonstrar como a mediação pode ser uma importante via para a solução destes conflitos, considerando sua efetividade nestes países.

Por fim, o último capítulo, intitulado “Teste empírico: análise dos dados produzidos na pesquisa realizada junto ao centro de conciliação e mediação do TJ/RS”, destina-se a análise dos dados coletados na pesquisa empírica realizada no Centro de Mediação e Conciliação. Descrita a caminhada empírica, apresenta-se os números apurados em relação aos conflitos de consumo mediados no período objeto da pesquisa, tanto no âmbito processual como pré-processual. Com base nestes dados, buscando responder ao problema de pesquisa formulado, analisa-se se a mediação tem sido usada como método de solução dos litígios jusconsumeristas, bem como quais as barreiras enfrentadas para sua maior utilização. Ainda, com base nos números obtidos, verifica-se se a mediação foi método efetivo, quando usado, considerando para tanto, os casos em que houve acordo entre os envolvidos.

1. AMBIENTAÇÃO SOCIOLÓGICA: A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIDA NA SOCIEDADE DE CONSUMO

1.1 GÊNESE E MUTAÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO

O século XVIII¹ viu o nascimento, em muitas nações europeias, dos primórdios de nossa cultura de consumo moderna (MCCRACKEN, 2003). Desde então, a sociedade de consumo é uma das figuras mais emblemáticas da ordem econômica e da vida cotidiana nas sociedades contemporâneas (LIPOVETSKY, 2007), eis que o consumo passou a ser a dinâmica central da vida social, especialmente a oferta de mercadorias não necessárias para a vida. Os objetos característicos da sociedade de consumo não são os necessários para a subsistência, mas possuem valor simbólico: proporcionam *status*, satisfazem a inveja ou configuram estilos de vida, enfim, em boa medida, satisfazem pseudo necessidades. A sociedade como tal forja um caráter consumista, convertendo o consumo crescente de mercadorias em uma atividade habitual, que não necessita de justificativa alguma porque já é aprovado pelas convicções sociais. Consumir mais e mais é a tendência. A meta da economia não é satisfazer as necessidades de seus membros, mas sim, incrementar a oferta de bens e serviços. Os cidadãos, por sua vez, esperam da política e da economia mais possibilidades de consumo (CORTINA, 2002).

Assim, sociedade de consumo é aquela na qual, tendo fundamento em relações econômicas capitalistas, estão presentes pelos menos cinco características: (a) produção em série de produtos, (b) distribuição em massa de produtos e serviços, (c) publicidade em grande escala destes produtos e serviços, (d) acesso a produtos e serviços por meio de adesão às condições gerais de contratação e, (e) oferecimento de crédito generalizado ao consumidor (SODRÉ, 2007).

Discute-se se a cultura do consumo seguiu-se à industrialização (SLATER, 2002),

¹ De acordo com Grant MaCracken (2003) já no século VXII houve um “boom” de consumo, quando os nobres da Inglaterra começaram a gastar com um novo entusiasmo e em uma nova escala e, neste processo, teriam transformado seu mundo de bens e a natureza do consumo ocidental. No entanto, foi no século VXIII que se viu o nascimento de uma sociedade de consumo propriamente dita. Por outro lado, para Gilles Lipovetsky (2007), a evolução da sociedade de consumo, que pode ser dividida em três grandes, começa por volta de 1880.

sendo, portanto, um efeito do desenvolvimento do modo de produção capitalista, uma vez que a industrialização teria possibilitado que uma grande quantidade de mercadorias estandarizadas e economicamente acessíveis se difundisse em todas as camadas da população² ou se a sociedade de consumo teria origem no consumismo, ou seja, se o processo de industrialização foi o efeito e não a causa dos novos desejos de consumo da sociedade³ (SASSATELLI, 2012). Seja como consequência de técnicas industriais que possibilitavam produzir em grande escala mercadorias padronizadas ou do consumismo, o capitalismo de consumo é também uma construção cultural e social que requereu a “educação” dos consumidores (LIPOVETSKY, 2007). O consumidor não nasceu, mas foi produzido por um processo que o ensinou a querer. A partir do século XVIII ele passa a ser objeto de tentativas cada vez mais sofisticadas de incitar desejos e dirigir preferências e a viver em um clima artificialmente estimulado, em que seus gostos e preferências são comandados pelas forças do mercado (MCCRACKEN, 2003).

A moda que, a partir do século XVIII, passou a afetar mais grupos sociais e agir com uma nova rapidez (MCCRACKEN, 2003), foi o mecanismo pelo qual os fabricantes puderam manipular os desejos ambiciosos ou invejosos dos consumidores. O gosto pela moda se difundiu em toda a sociedade, não se estendendo apenas aos ricos, mas também à classe dos empregados domésticos, aos empregadores industriais e até aos trabalhadores rurais. “Todos começavam a sentir alguma compulsão por estar na moda” (CAMPBELL, 2001). O surgimento da moda marca um momento em que a estabilidade das classes está se desintegrando (SLATER, 2002). Com seu crescimento, emergiram padrões de comportamentos novos. As considerações de estilo e estética passaram, cada vez mais, a prevalecer sobre as utilitárias, de forma que um objeto ainda ter utilidade deixou de ser motivo para sua preservação. Ele ser capaz ou não de satisfazer a condição mais importante de estar na moda era agora o fator decisivo, o que representou o triunfo do estilo sobre a utilidade, da estética sobre a função e exprimiu uma redefinição na ideia do uso de bens para expressar status (MCCRACKEN, 2003).

Assim, a moda teve o efeito de exigir que os objetos fossem substituídos seguidamente, o que contribuiu para converter o consumo em uma atividade não apenas nova, mas também mais frequente. O consumidor tinha que dedicar mais tempo à atividade de compra, mas mais importante: precisava dispor de mais tempo para o aprendizado do consumo, para poder distinguir o bem que estava ou não na moda e que mensagem estaria enviando com

² Segundo aponta Roberta Sassatelli (2012), a visão produtivista acerca do nascimento da sociedade de consumo, sugere que ela era uma reação quase automática da Revolução Industrial.

³ Os antiprodutivistas, segundo Roberta Sassatelli (2012) tem a intenção de mostrar que a demanda, quando é maior do que a produção, se configura como um importante fator do processo econômico e cultural.

a sua compra. Cada vez mais o comportamento social convertia-se em consumo e o indivíduo era subordinado à condição de consumidor. Desta forma, o século XVIII viu a transformação do consumo e do mundo no qual ela ocorreu. O consumo estava se instalando de modo mais frequente, em mais lugares, sob novas influências, desempenhado por novos grupos, em busca de novos bens e em função de novos propósitos sociais e culturais (MCCRACKEN, 2003).

A partir de 1880 tem início a “era do consumo de massa”. Infraestruturas modernas de transporte e comunicação, estradas de ferro, telégrafos, aumento da regularidade, volume e velocidade dos transportes para as fábricas e para as cidades, possibilitaram o desenvolvimento do comércio em grande escala o que tornou possível a constituição de grandes mercados nacionais no lugar dos pequenos mercados locais. A elaboração de máquinas de fabricação contínua, que elevaram a velocidade e a quantidade do fluxo de produção, aliados a técnicas de fabricação com processo contínuo possibilitaram a produção em massa de mercadorias padronizadas, embaladas em pequenas quantidades e com o nome da marca, que puderam ser vendidas em escala nacional e a preço unitário baixo (LIPOVETSKY, 2007, p. 26)

Assim, entre os anos de 1880 e 1930 vê-se o surgimento de um sistema de produção em massa, cada vez mais dedicado a produzir bens de consumo, em vez de bens de capital que exigiam mais investimento. Nesse período todas as características de uma sociedade de consumo chegam a “sua forma madura” e foi nesse período que surgiu uma norma moderna relativa à forma pela qual os bens deveriam ser produzidos, vendidos e assimilados na vida cotidiana. Os bens são projetados para comportar componentes padronizados e substituíveis, de modo a permitir que sejam produzidos em grandes quantidades e com baixo custo unitário, por meio de uma divisão técnica de trabalho cada vez mais intensiva e automatizada (SLATER, 2002).

Portanto, no fundamento da economia de consumo estava uma nova filosofia comercial: o lucro não pelo aumento, mas pela baixa do preço de venda. Desta forma, houve uma democratização do consumo, com os produtos ao alcance da massa tornou-se acessível a um maior número de pessoas um conjunto de produtos duráveis e não duráveis. Contudo, esse processo foi limitado, uma vez que grande parte dos lares populares tinha escassos recursos para adquirir equipamentos modernos. Assim, “criou-se um consumo de massa inacabado, com predominância burguesa” (LIPOVETSKY, 2007, p. 29).

O *marketing* e a publicidade que, inicialmente, tinham como objetivo fornecer informações sobre os bens, com o aumento do consumo, passaram a utilizar argumentos mais

manipuladores para que os consumidores preferissem uma marca à outra. Em uma sociedade que produzia mais mercadorias do que conseguia consumir, era necessário despertar desejos que as pessoas não sabiam ter, estimular a imaginação e a emoção a serviço da nova sociedade de consumo de massa (BARBER, 2009). Assim, os publicitários passaram de argumentos de utilidade e informação descritiva dos produtos, a argumentos que faziam referência ao *status* e a diferenciação social. O objetivo era converter a classe trabalhadora em classe consumidora, utilizando estratégias como denegrir os produtos caseiros e fora da moda (DÍAZ, 2012). Assim, surgiram novas técnicas de *marketing*, como o emprego de novas estéticas e motivos culturais e sexuais para adicionar valor aos produtos. “Mais e mais significados sociais estavam sendo embutidos nos bens, através [sic] de novos e mais sofisticados mecanismos de transferência de sentidos” (MCCRACKEN, 2003, p. 43-44).

Com o desenvolvimento do consumo de massa, as indústrias passaram a acondicionar seus próprios produtos fazendo a publicidade em torno de sua marca e, ao longo dos anos 1880, criou-se uma economia baseada em uma infinidade de marcas. Já não é mais no vendedor que o consumidor deposita confiança, mas sim na marca, de forma que a garantia e a qualidade dos produtos são transferidas para o fabricante. O cliente tradicional transformou-se em “consumidor de marcas a ser educado e seduzido especialmente pela publicidade”. Aparece o consumidor dos tempos modernos, que julga os produtos mais a partir do seu nome do que a partir da sua composição e compra uma assinatura em vez de uma coisa (LIPOVETSKY, 2007, p. 30).

O objetivo já não era dizer aos companheiros o que estava à venda, mas mostrar-lhes porque eles precisavam comprar e aderir a uma marca particular daquilo que estava à venda – melhor ainda, levá-los a comprar aquilo que eles precisassem ou não daquilo. Isso significava fazê-los sentir-se leais à marca associando-a a um sentimento: com a lealdade por si só – não sentimento por isso ou lealdade por aquilo, mas sentimento genérico e lealdade genérica (BARBER, 2009, p. 202).

Os bens são vendidos em mercados cada vez maiores, mercados regionais, nacionais, globais cuja formação foi possível graças a interconexão dos mercados locais por meio de novas infraestruturas de transporte e comunicação, concentração de mercados em cidades maiores, desenvolvimento de grandes empresas capazes de planejar e coordenar nessa escala, integração de mercados por meio do *marketing* com a criação de marcas e embalagens, da publicidade, de produtos à venda e do *design*. Tudo concebido para unificar a identidade dos produtos em mercados social e geograficamente dispersos. Esse volume maciço de bens, cada vez mais padronizados e baratos, disponíveis em mercados cada vez maiores, é vendido a uma

população que é vista apenas como consumidora (SLATER, 2002).

O comércio de massa, que acompanhou a produção em massa, foi impulsionado pelos grandes magazines que, baseados em novas políticas de venda agressivas e sedutoras, transformaram os locais de venda em palácios de sonho revolucionando a relação de consumo e inaugurando a era da distribuição em massa (LIPOVETSKY, 2007). Um dos maiores desenvolvimentos do século XIX foi o surgimento das lojas de departamentos, que “contribuiu de modo fundamental para a natureza e para o contexto da atividade de compra, bem como para a natureza da informação e da influência às quais estava submetido o consumidor”. Os consumidores eram encorajados a passear à vontade por seus corredores e absorver suas fantásticas representações de mundos exóticos e de bens de consumo, dispensados de qualquer obrigação. O objetivo do mercado havia mudado, pois ele agora se dedicava a despertar o desejo oscilante e não mais a compra imediata de bens específicos (MCCRACKEN, 2003, p. 43).

A loja de departamentos atiçava o desejo dos consumidores, uma vez que fornecia um mundo de sonhos ao apresentar as mercadorias em cenários e ao alcance de suas mãos, sem a obrigatoriedade de compra (BARBOSA, 2004). Ela deu ênfase a uma prática de preços baixos, almejando um elevado volume de negócios. Graças a política de vender barato, transformaram bens, que antes eram reservados à elite, em artigos de consumo de massa destinados à burguesia (LIPOVETSKY, 2007). Aliado a isso, ofereciam meios para o financiamento dos sonhos que suscitavam (BARBOSA, 2004). A loja de departamentos estimulou a introdução ao crédito e o que era inacessível agora estava ao alcance das mãos. “Esta inovação, em especial, contribuiu para que o consumo moderno adquirisse um quê de sonho” (MCCRACKEN, 2003).

O grande magazine não vende apenas mercadorias, consagra-se a estimular a necessidade de consumir, a excitar o gosto pelas novidades e pela moda por meio de estratégias de sedução que prefiguram as técnicas modernas do marketing. Impressionar a imaginação, despertar o desejo, apresentar a compra como um prazer, os grandes magazines foram, com a publicidade os principais instrumentos da elevação do consumo a arte de viver e emblema da felicidade moderna. (LIPOVETSKY, 2007, p. 31).

A partir da década de 1920, o *marketing* e a publicidade vendiam não apenas bens de consumo, mas o consumismo como caminho “cintilante” para a modernidade. Incitavam o público a modernizar seus lares e seus meios de transporte. A cultura do consumo era dominada pela ideia de que a vida cotidiana poderia e deveria ser moderna (SLATER, 2002, p. 21). Nesse período inventou-se o consumo-sedução, o consumo-distração ao qual somos fiéis até hoje.

Enquanto os grandes magazines trabalharam para desculpabilizar as compras, olhar vitrines tornou-se uma maneira de ocupar o tempo e um estilo de vida para as pessoas de classe média. (LIPOVETSKY, 2007). Ir ao *shopping* se converteu em uma atividade para o tempo livre, em um modo socialmente aprovado de passar o tempo, como ir a um teatro ou ao museu (SASSATELLI, 2012).

Assim, no século XIX a sociedade de consumo, com tipos de consumidores claramente diferenciados, novas modalidades de comercialização e técnicas de *marketing*, já era uma realidade tanto na Inglaterra, como na França e nos Estados Unidos (BARBOSA, 2004). No Brasil, por outro lado, a sociedade de consumo se instaura plenamente somente após a Segunda Guerra Mundial. Enquanto nos países desenvolvidos, por volta de 1885, se inicia a Segunda Revolução Industrial, o Brasil ainda mantém sua economia baseada na produção e exportação de produtos agrícolas com base na mão de obra escrava, que já havia sido abandonada em quase todo o mundo. A maior parte da população vivia no campo e apenas tinha acesso aos produtos locais a partir de um sistema de produção simples de mercadorias. A produção industrial no Brasil ainda se mantém precária perto da década de 1930, ficando longe de participar da Segunda Revolução Industrial (SODRÉ, 2007).

A crise das economias industrializadas, nos anos 30, favoreceu o início do desenvolvimento industrial do Brasil (ANDRADE, 1981), pois permitiu que houvesse a substituição das importações, o que contribuiu para aceleração da produção nacional, uma vez que já havia uma demanda por bens de consumo sem a concorrência internacional (SODRÉ, 2007). A revolução de 1930, liderada por Getúlio Vargas, fortaleceu a União em detrimento de sistemas locais de poder, o que sedimentaria as bases do desenvolvimento industrial, uma vez que reduzia a influência de velhos políticos ligados aos interesses exportadores. Contudo, a indústria não foi diretamente estimulada antes de meados dos anos 30 (ANDRADE, 1981). O desenvolvimento da indústria e o conseqüente aumento da oferta de emprego e processo de urbanização aceleraram a demanda por alimentos industrializados e toda uma série de produtos que não poderiam ser resultado de um processo manufatureiro precário. Neste período, na medida que se expandiram as populações nas cidades, se expandiu a agricultura comercial, o que ocasionou a ampliação do mercado não apenas para artigos manufaturados, mas produzidos em massa por empresas capitalistas. Com a urbanização da população cresciam os apelos a novos padrões de consumo, como geladeiras, fogões, automóveis particulares, os quais passaram a povoar os sonhos da classe média urbana que nascia. Pela primeira vez o Brasil

tinha um sistema de produção/industrialização em massa, típico de uma sociedade de consumo (SODRÉ, 2007).

O fordismo oferecia um “contentamento próspero, embora vazio, envolvendo uma infiltração na vida cotidiana por parte das grandes empresas e das normas de consumo que a transformaram numa vida conformista”, motivada pelo *status*. A prosperidade e uma vida boa significavam a capacidade de não ficar atrás dos vizinhos. Neste momento da sociedade de consumo, a prosperidade econômica criou necessidades insaciáveis e moralmente duvidosas, “uma crise de valores a respeito da ética do trabalho, uma bifurcação do desejo entre o consumo respeitável e o consumo hedonista, amoral, não familiar.” (SLATER, 2002).

Por volta de 1950 se estabelece, nos países desenvolvidos, um novo ciclo das economias de consumo que se constrói ao longo de três décadas pós-guerra. Essa fase, marcada por um elevado crescimento econômico, elevação da produtividade e pela extensão da regulação fordista da economia, foi chamada de “sociedade da abundância”, pois nessa fase o poder de compra dos salários foi multiplicado por três ou por quatro. A compra de bens duráveis se espalha em camadas sociais cada vez mais vastas e a difusão do crédito permite que, pela primeira vez, as massas tenham acesso a um modo de vida, a bens duráveis, lazeres e férias, que antes era associado às elites sociais (LIPOVETSKY, 2007)

É uma sociedade que “substitui a coerção pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pelo dispêndio, a solenidade pelo humor, o recalque pela liberação, as promessas do futuro pelo presente”. Nesta fase, a sociedade mostra-se como a sociedade do desejo, impregnada do imaginário de felicidade consumidora. Ter acesso a um modo de vida mais fácil e mais confortável, mais livre e hedonista, motivava os consumidores. A publicidade exaltava ideias de felicidade privada, favorecendo condutas de consumo menos sujeitas ao julgamento do outro. Viver melhor, gozar os prazeres da vida, não se privar e dispor do supérfluo aparecem cada vez mais como um comportamento legítimo. O culto ao bem-estar, começou a minar a lógica do consumo e promover um modelo de consumo do tipo individualista. (LIPOVETSKY, 2007, p. 35). Os trabalhadores conformavam-se em ganhar o justo e, em vez de trabalhar por mais horas, preferiam permitir-se desfrutar de algum luxo e de seu tempo livre (DÍAZ, 2012).

O consumo foi erigido a estilo de vida e razão de viver. A sociedade de consumo criou uma vontade crônica de bens de consumo, o vírus da compra, o amor pelo novo, um modo de vida centrado em valores materialistas. Enquanto se acelera a obsolescência dirigida dos produtos, a publicidade exalta os sonhos, o conforto e os lazeres do consumo. Ao longo dessa

fase, começam a aparecer políticas de diversificação dos produtos e redução do tempo de vida das mercadorias. O objetivo agora era tirar os produtos de moda pela renovação rápida dos modelos (LIPOVETSKY, 2007).

No Brasil, apesar de ainda não viver em uma plena sociedade de consumo, as bases já haviam sido lançadas. Entre os anos de 1956 e 1967, o Brasil entrou no mercado dos produtos de massa por meio de investimentos multinacionais. O desenvolvimento já não se baseava mais no investimento público⁴, mas no capital multinacional que começava a entrar no País (SODRÉ, 2007). Esse investimento estrangeiro direto concentrou-se em grandes empreendimentos industriais, tais como indústria automobilística, estaleiros, mecânica pesada e siderúrgicas. Não desnacionalizou a indústria brasileira, uma vez que inaugurou novas linhas de produção e também não implicou, no começo, o desaparecimento de indústrias menores (ANDRADE, 1981). O processo de urbanização, a partir dos anos 60, e o movimento econômico de inserção de todas as relações econômicas no capitalismo mundial, modificaram os padrões de consumo, sobretudo das pessoas que viviam em grandes cidades. Bens de consumo como geladeira, fogão, televisão, telefone, rádio, se tornaram obrigatórios nas casas (SODRÉ, 2007).

O desenvolvimento dos meios de comunicação, que ampliou a publicidade dos produtos e serviços, mudou as aspirações de consumo das pessoas, ampliando as bases da sociedade de consumo. Em síntese, o crescimento industrial por meio de investimento do capital multinacional acarretou as maiores mudanças pelas quais o Brasil já havia passado. As cidades cresceram, as classes médias urbanas se expandiram, a televisão foi implantada, a produção de bens de consumo foi diversificada e a publicidade vendeu novos estilos de vida. No fim da década de 60, em diante, as exportações de manufaturados, fabricados no Brasil, cresceram de forma acentuada e o país se internacionaliza em vários sentidos, uma vez que a população começa a desejar e a imitar os padrões de consumo externos (SODRÉ, 2007). A partir de 1968 a sociedade de consumo está consolidada no Brasil.

Enquanto no Brasil consolida-se a sociedade de consumo, por volta de 1970 inicia-se no “palco das sociedades desenvolvidas” a terceira fase, a fase do hiperconsumo, da mercantilização moderna das necessidades, orquestrada por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva e emocional e que hoje reina absoluta. O consumo difundiu-se em todas as camadas

⁴ Os investimentos para a implantação da indústria pesada de produção no Brasil, vieram, inicialmente, da intervenção estatal e depois do capital multinacional. O investimento público que se inicia antes de 1955 fez surgir o setor monopolista do capitalismo industrial brasileiro, fato que acabou por criar as condições materiais que levaram à expansão da produção de bens de consumo em larga escala (SODRÉ, 2007).

e em todas as idades. Diferente do consumo à moda antiga, que tornava visível a identidade social e econômica das pessoas, as compras, agora, traduzem apenas diferenças de idade, gostos particulares e identidade cultural, ainda que nos objetos mais banalizados. A necessidade de diferenciação é mais uma das motivações de consumo, dentro de um conjunto em que a busca pela felicidade privada prepondera (LIPOVETSKY, 2007, p. 37).

A partir da metade do século XX, o Brasil ingressou no mundo dos países que efetivamente consomem e produzem bens industrializados e diversificados em série. O aço, até aços especiais, saíam da Petrobrás e de suas subsidiárias o petróleo e seus derivados, gasolina, o óleo diesel, o óleo combustível, o asfalto, o plástico, o detergente e vários outros materiais de limpeza. A indústria do alumínio era uma realidade, as do vidro, cimento e do papel cresceram e se modernizaram. Da mesma forma, as indústrias tradicionais de alimentos, têxtil, de confecções, calçados, bebidas, móveis. As indústrias farmacêutica e de produtos de beleza deram um salto. Disponha-se de todas as maravilhas eletrodomésticas: o ferro elétrico, o fogão a gás, painéis de pressão, chuveiro elétrico, o liquidificador, a batedeira, o secador de cabelo (MELLO, NOVAIS, 2009) entre outros tantos que agora ocupavam as casas e o desejo dos consumidores.

A mudança do modelo produtivo brasileiro vingou em razão de ter havido também uma mudança no sistema de distribuição destes produtos e serviços. Surgiram os supermercados, hipermercados e os *shopping centers*, que se transformaram num templo de consumo e lazer. A criação destes novos estabelecimentos indica a entrada do Brasil em um novo patamar no que diz respeito às relações de consumo e distribuição de produtos (SODRÉ, 2007). Ao lado deles, surgem as lojas de departamentos. Em vez de pequenos comércios segmentados, agora tudo poderia ser comprado em um único lugar, eletrodomésticos, roupas, pneus, autopeças, discos, perfumes, brinquedos, etc. Elas não eram mais uma loja de elites, que se deslocavam para a loja ou boutique elegante, mas buscavam a nova classe média (MELLO, NOVAIS, 2009).

Houve significativo incremento da publicidade em grande escala e no oferecimento de produtos e serviços. A publicidade direta ou por *merchandising* passa a influenciar comportamento, ditando modas e estilos, fortalecendo o desenvolvimento das relações de consumo, ou pelo menos, o desejo de ingressar neste universo, contexto em que a televisão, tida como “propagadora de valores da sociedade de consumo”, tem papel fundamental. Começam a surgir, as instituições que oferecem os chamados créditos populares para aquisição

de produtos típicos da sociedade de consumo, como geladeiras, fogões, televisões e, mais tarde, automóveis. Enfim, os consumidores passam a ter instrumentos de créditos oficiais para aquisição de bens no novo mundo de consumo que surgia. Portanto, a sociedade de consumo estava plenamente instaurada no Brasil, como apontado no relatório final da “CPI do Consumidor”, publicado em 1977: “Vivemos hoje uma era fantástica do consumo e da abundância, criada pela multiplicação dos objetos, dos serviços e dos bens materiais, originando categorias fundamentais de mutação das necessidades do homem” (SODRÉ, 2007, p. 80)

Na década de 80 o consumidor era o “herói do momento”, não apenas como provedor do poder aquisitivo que servia de combustível para o crescimento econômico, mas como o próprio modelo do cidadão moderno. O consumismo ideológico da década de 80 enfatiza o imediatismo e o individualismo radical e se embasa numa modalidade de signos e significados, no lugar de necessidades e carências. Essa cultura de consumo é superficial e interessada apenas nas aparências. O milagre realizado pela cultura do consumo na década de 1980 foi “vincular essa imagem de superficialidade desarticulada aos valores mais íntimos e profundos e a promessas de modernidade: liberdade pessoal, progresso econômico, dinamismo cívico e democracia política.” (SLATER, 2002).

1.2 CONSUMIDORES CONSUMIDOS

Com a produção ultrapassando as necessidades às quais o capitalismo antes servia e com a capacidade de distribuição obstruída pelas crescentes desigualdades globais que ele catalisou, seu sucesso passou a depender do consumismo e não mais da produtividade (BARBER, 2009). Assim, a capacidade de consumo dos indivíduos não pode ser uma barreira para o desenvolvimento do capitalismo de consumo que, então, induz novas necessidades no espírito humano, manipulando seus desejos (SASSATELLI, 2012). Enquanto na maioria das culturas a possibilidade de que as necessidades sejam insaciáveis revela uma patologia social ou moral, na sociedade de consumo a necessidade ilimitada, o desejo constante de produção de mais desejos, é considerada não apenas normal para os seus membros, mas também essencial para o progresso socioeconômico (SLATER, 2012).

A produção de bens de consumo requer a venda de quantidades sempre crescentes de produtos diferentes, portanto, é sempre assombrada pela possibilidade de que as necessidades sejam satisfeitas (SLATER, 2012). Assim, a prosperidade da sociedade de

consumo depende da perpétua insatisfação de seus membros. Embora proclame que a satisfação é seu único motivo e seu maior propósito, em verdade um consumidor satisfeito não é motivo nem propósito, mas sim uma ameaça. A satisfação duradoura deve parecer para os consumidores algo pouco agradável. A não realização dos desejos e a convicção inquebrantável de que a tentativa de os satisfazer falhou, constituem os volantes da economia voltada para o consumo, pois sem a reiterada frustração de desejos, a demanda do consumo logo se esgotaria e a economia voltada para o consumidor ficaria sem combustível. Consumidores tradicionais, guiados por necessidades familiares, que fecham os olhos aos afagos do mercado dos bens de consumo, “significariam o dobre de finados da sociedade de consumidores”. Indivíduos que se satisfazem com um conjunto finito de necessidades, guiados somente por aquilo que acreditam necessitar, que não procuram novas necessidades para despertar mera satisfação, são consumidores falhos (BAUMAN, 2008, p. 63).

A partir daí o capitalismo de consumo gerou um etos de infantilização, um etos de infância induzida, que cria hábitos, preferências e atitudes que não apenas incentivam, como legitimam a infantilidade, com o objetivo de induzir a puerilidade em adultos e preservar o que o que é infantil nas crianças que estão tentando crescer. Ele serve ao consumismo capitalista para alimentar uma cultura de consumo impetuoso que é necessária para vender bens pueris, em um mundo que tem poucas necessidades genuínas. Cria a demanda de mercado incentivando a fabricação de falsas necessidades e, assim, assegura a venda de todos os bens e produtos que o capitalismo está produzindo em excesso. Ao incentivar a regressão dos adultos, reacendendo neles gostos e hábitos de crianças, é possível vender a eles uma “parafernália relativamente inútil” para as quais não existe um mercado, a não ser aquele criado pelo capitalismo. O etos infantilizador dedica-se exclusivamente ao capitalismo de consumo, incentivando os indivíduos a entregar um comportamento que é útil ao consumismo. “A regressão torna-se uma tática necessária da ordem de consumir; e a infantilização uma condição para o sucesso do capitalismo” (BARBER, 2009, p. 149).

A estratégia é reprimir características da infância, como autenticidade, criatividade e espontaneidade, em favor de outras que tornem os adultos vulneráveis, manipuláveis, impulsivos e irracionais, em virtude de uma necessidade de vender bens desnecessários a pessoas cujo julgamento e gosto adulto são um obstáculo a esse consumo. Essa estratégia pode fazer pouco sentido em termos éticos ou em termos de civilização. A civilização pode até pretender incentivar a espontaneidade ou a impulsividade, para estimular a criatividade e invenção, mas quando o mercado e o etos infantilista cultivam a impulsividade, ela é

direcionada (BARBER, 2009).

Nos bombardeios publicitários restantes, é nitidamente proibido envelhecer. É como se houvesse uma tentativa de manter, em todo indivíduo, um “capital-juventude” que, por ter sido usado de um modo medíocre, não pode pretender adquirir a realidade durável e cumulativa do capital financeiro (DEBORD, p. 109)

O *marketing* e a publicidade desempenham uma função decisiva de conexão entre a produção e o consumo. Em geral, se identificam como um sistema altamente qualificado, voltado, essencialmente, à difusão de imagens orientadas a conquistar a maior quantidade possível de consumidores. Essas imagens, tendem a ser sempre positivas e alegres, pois a publicidade procura exaltar as potencialidades dos consumidores, em vez de aludir às suas possíveis carências (SASSATELLI, 2012).

“A ideia de consumo emocional vai de vento em popa entre os teóricos e atores do *marketing* que louvam os méritos dos processos que permitem fazer com que os consumidores vivam experiências afetivas, imaginárias e sensoriais”. Diferente do *marketing* tradicional que valorizava também a dimensão funcional do produto, o *marketing* agora aposta todas suas cartas na sensorialidade e no afetivo e muitas marcas dão ênfase aos mitos, ao ludismo e fazem vibrar a consciência cidadã, ecológica ou animalista e estimulam os sentidos a partir dos sons, odores e cenografias espetaculares. (LIPOVETSKY, 2007, p. 45) Filmes ou slogans não procuram tanto provar a excelência objetiva dos produtos, mas fazer rir, sentir, provocar ressonâncias estéticas, existenciais e emocionais (LIPOVETSKY, 1987).

A felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 2014). Estamos condicionados a acreditar que apenas teremos uma vida boa se consumirmos determinado produto. Homens e mulheres reconhecem que o consumo leva à felicidade. “*Sobrevivir, convivir, gozar de la belleza y el conocimiento, experimentar el profundo sentido de la vida se convierten en peldaños, en peana del verdadero santo, que es la capacidad de consumir*” (CORTINA, 2002, p. 22). Assim, a ideia de felicidade está cada vez mais ligada à possibilidade de ter, de consumir, de parecer. O consumo serve como forma de consolo para compensar o tédio do trabalho, as falhas da mobilidade social, a infelicidade da solidão: “sofro, logo compro”. Quanto mais o indivíduo sente-se isolado ou frustrado, mais busca consolo na felicidade imediata que a mercadoria lhe proporciona (LIPOVETSKY, 2007, p. 60).

O valor mais característico da sociedade de consumidores, na verdade seu valor supremo, em relação ao qual todos outros são instados a

justificar seu mérito, é uma vida feliz. A sociedade de consumidores talvez seja a única na história humana a prometer a felicidade na vida terrena, aqui e agora e a cada “agora” sucessivo. Em suma, uma felicidade instantânea e perpétua. Também é a única sociedade que evita justificar e/ou legitimar qualquer espécie de infelicidade (exceto a dor infligida aos criminosos como “justa recompensa” por seus crimes), que recusa-se a tolerá-la e a apresenta como uma abominação que merece punição e compensação (BAUMAN, 2008, p. 60).

Uma sociedade totalmente voltada para o consumo, precisa de consumidores com uma boa dose de lazer, mas, na verdade, deixa pouco tempo para outra coisa além do consumo e do trabalho árduo que paga por ele, de forma que o trabalhador nunca se sente de fato livre. As férias não passam de férias de compras. Há compras nos corredores dos aeroportos e estações ferroviárias, compras nas instalações de parques temáticos, compras em todo percurso das autoestradas que levam aos destinos turísticos, compras no saguão do hotel, compras na televisão e na Internet quando você chega ao quarto (BARBER, 2009). Os espaços de compras se configuram cada vez mais como espaços híbridos: tempo livre, compras e diversão, mas uma diversão fruto da capacidade de sonhar com os olhos abertos, de olhar para as mercadorias e gozar do seu espetáculo. Ir às compras se converteu em uma legítima atividade de tempo livre e, mesmo os espaços públicos são cada vez mais vistos como espaços de consumo (SASSATELLI, 2002).

Com o consumismo infiltrado em cada canto da sociedade, o mercado assume o controle das nossas vidas. Ele é “o verdadeiro detentor do poder soberano na sociedade de consumidores” (BAUMAN, 2008, p. 85) e aspira estar em toda parte e sempre presente. “Nas sociedades de consumo, a loja nunca está fechada, o vendedor nunca está em silêncio e a oportunidade de intercâmbio de mercado nunca é descartada” (BARBER, 2009, p. 258).

O mercado conscientemente tem o objetivo de exercer um firme domínio sobre o tempo e o espaço, controlando cada um de nossos momentos e se infiltrando na geografia mais remota e privada de nossa psique. Esta é a condição necessária para o sucesso do capitalismo: um povo absorvente que compra ou pensa em comprar, que concebe ou exercita a vontade de consumir o tempo todo (BARBER, 2009, p. 248).

A mercadoria domina a vida. Os homens se afastam uns dos outros e passam a manter relações apenas superficiais, que são regidas de acordo com a circulação de mercadorias. Eles não mais se encontram rodeados por outros homens, mas mais por objetos e o conjunto das suas relações sociais já não são os laços com seus semelhantes, mas a recepção e a manipulação de bens (BAUDRILLARD, 2014). O encontro dos consumidores com os objetos de consumo tende a se tornar a principal unidade na rede de interações humanas, conhecida

como sociedade de consumo. O ambiente existencial que se tornou conhecido como sociedade de consumidores, “se distingue por uma reconstrução das relações humanas a partir do padrão, e à semelhança, das relações entre consumidores e os objetos de consumo” (BAUMAN, 2008, p. 19).

Não se vê nada além da mercadoria e o mundo que se enxerga é o seu mundo: “o mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido” (DEBORD, 1997, p. 28). É o “império em que o sol da mercadoria e do individualismo extremo não se põe jamais”. (LIPOVETSKY, 2007, p. 43). A sociedade de consumo se reproduz por meio da transformação em mercadoria, o que implica transformar múltiplos significados num único significado de mercado, ou seja, o potencial de um bem ou um serviço ser comprado e vendido. Coisas nunca antes pensadas como mercadorias, tornaram-se mercadorias hoje e novas tecnologias permitem a transformação da comunicação e do próprio conhecimento. O processo é progressivo e há esforços para transformar não apenas coisas vivas, mas a própria vida (BARBER, 2009).

O consumo passa a ser algo mais do que um momento da cadeia da atividade econômica. Passa a ser uma forma de relacionar-se com os outros e de constituir sua própria identidade, de modo que as pessoas não consomem apenas para desfrutar dos bens, mas para marcar sua identidade (DÍAZ, 2012). Assim, ele serve não apenas para satisfazer desejos e necessidades, para compensar indivíduos que se sentem inferiores ou inseguros, para simbolizar êxito e poder, para comunicar distinções sociais ou reforçar relações de superioridade ou inferioridade, para expressar atitudes e comunicar mensagens, mas também para criar o sentido da identidade pessoal ou para confirmá-lo (CORTINA, 2002)

Assim, pode se dizer que há uma alteração das relações humanas, sendo que o ser humano, influenciado pelo mundo exterior com uma produção massificada de produtos e consumo desenfreado de bens, que por vezes sequer possuem alguma utilidade, passou a ser reconhecido pelo que possui, e não pelo que é. Encontra-se então um número significativo de pessoas cuja identidade se confunde com as marcas que usam (NASCIMENTO, 2016). A imagem e a mensagem das mercadorias passam a ter mais importância que o próprio objeto, pois se consomem signos, publicidade e imagens de marcas. (DÍAZ, 2012). Não se vende um produto, mas um estilo de vida associado a uma marca. A marca consumida, e não mais a raça, a religião e outras formas de identidade, juntamente com a identidade física e política voluntária, passam a definir quem os consumidores são. A identidade passou a ser um reflexo

do estilo de vida, associado a marcas comerciais e produtos que elas rotulam, bem como comportamento e atitudes ligados ao local onde compramos, como compramos, o que vestimos e consumimos. Essa profunda comercialização da identidade responde ao etos infantilista e o reforça minando a ação, a comunidade e a democracia (BARBER, 2009).

A busca por marcas superiores decorre do prazer narcísico de se sentir distante da maioria, do sentimento de ser uma “pessoa de qualidade” em comparação aos outros, de ser diferente da massa. Os objetos não são desejáveis em si, as coisas não possuem um atrativo, o desejo é de prestígio e reconhecimento, de *status* e de integração social (LIPOVETSKY, 2007). Não se consome um objeto, mas signos que distinguem o indivíduo (BAUDRILLARD, 2014). O desejo de dispor de certos bens é na verdade o desejo de imitar o estilo de consumo de grupos sociais de *status* mais elevados. Os bens, em virtude dos seus significados, são instrumentos de ascensão social, de participação social e de exclusão social (SLATER, 2002). Assim, não são as coisas em si mesmas que despertam o desejo do consumidor, mas sim as exigências de prestígio, de reconhecimento e de integração social. Assim como sente-se orgulhoso de exibir objetos como “emblemas de posição”, a publicidade esforça-se para tornar os produtos símbolos de condição social (LIPOVETSKY, 2007, p. 40).

Não se consome um objeto por ele mesmo ou pelo seu valor de uso, mas sim em razão de seu em razão do prestígio, do *status*, da posição social que confere. Assim, além da satisfação espontânea das necessidades, é preciso reconhecer no consumo um instrumento da hierarquia social e nos objetos um lugar de produção social das diferenças. A sociedade de consumo, desse modo, com a obsolescência orquestrada, suas marcas, gamas de objetos, não é senão um imenso processo de produção de valores signos cuja função reinscrever diferenças sociais em uma era igualitária que destruiu as hierarquias de nascimento. A corrida para o consumo e a febre por novidades não encontram sua fonte na obtenção de prazer, mas sim no ímpeto da competição estatutária. Essa lógica do objeto signo que impulsiona a renovação acelerada dos objetos (BAUDRILLARD, 1995)

Los productos, por tanto, no se crean y defunden para satisfacer necesidades mayoritarias, sino para convertirse en bienes superfluos impensables sin su capacidad de generar un fuerte efecto de demostración de estatus. Se crea, por tanto, una dinámica desarraigada de la necesidad, que desarrolla el consumo a través de la explotación de los deseos (DIAZ, 2012, p. 186)

Os consumidores permanecem sempre ávidos por novas atrações e logo se entendiam com aquelas já obtidas (MONTEIRO FILHO, 2016). A necessidade de substituir as

mercadorias “defasadas” ou não mais desejadas, está inscrita no *design* do produto e nas campanhas publicitárias que são calculadas para o constante aumento das vendas. A sociedade de consumidores desvaloriza a durabilidade e iguala o velho ao defasado que já é impróprio para o uso e só pode ser destinado à lata do lixo. Novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades. Os mercados de consumo concentram suas forças na desvalorização imediata de suas antigas ofertas, a fim de abrir espaço para as novas. De modo explícito, a sociedade de consumo, deprecia e desvaloriza os produtos de consumo assim que são promovidos no universo dos desejos dos consumidores. “A maioria dos bens valiosos perde seu brilho e sua atração com rapidez, e se houver atraso eles podem se tornar adequados apenas para o depósito de lixo, antes mesmo de terem sido desfrutados”. O consumismo degradou a duração e elevou a efemeridade (BAUMAN, 2008, p. 45).

Uma das formas dos consumidores enfrentarem a insatisfação que lhes é imposta pela sociedade de consumo é descartando os objetos que a causam. Os consumidores passaram a se preocupar em se precaver contra a possibilidade de as coisas “abusarem da hospitalidade” no lugar de “segurá-las por perto”. “A síndrome consumista envolve velocidade e desperdício” e os consumidores plenos não se sentem melindrados por destinar algo para o lixo. Ao contrário, aceitam a vida curta dos objetos e sua morte predeterminada por vezes até com prazer disfarçado ou com alegria incontida (LIPOVETSKY, 2007, p. 46).

Os consumidores mais capazes e adeptos da arte consumista sentem que se livrar das coisas que ultrapassaram seu prazo de validade, na verdade desfrutabilidade, é um evento a ser celebrado. A publicidade empenha-se não em acrescentar, mas tirar valor de uso dos objetos, de diminuir seu valor tempo, acrescentando o valor moda e a renovação acelerada. “A sociedade de consumo precisa dos seus objetos para existir e sente sobretudo necessidade de os destruir” (LIPOVETSKY, 2007, p. 46).

Vivemos o tempo dos objectos: quero dizer que existimos segundo o seu ritmo e em conformidade com a sua sucessão permanente. Actualmente somos nós que os vemos nascer, produzir-se e morrer, ao passo que em todas as civilizações anteriores eram os objectos, instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam às gerações humanas (BAUDRILLARD, 2014, p. 14).

Identifica-se ainda que as relações entre as pessoas são cada vez mais virtualizadas, de modo que as pessoas preferem comprar em *websites* do que em lojas. Conveniência de entrega à domicílio e economia de gasolina são as explicações imediatas para a preferência, mas, em verdade, o conforto espiritual de substituir o vendedor pelo monitor é igualmente ou

mais importante. Um encontro face a face exige uma habilidade social que pode não existir em certas pessoas, um diálogo “sempre significa se expor ao desconhecido: é como se tornar refém do destino”. É mais reconfortante saber que é a minha mão, só ela, que segura o mouse e que nada vai acontecer de inadvertido e incontrolado. Além disso, as lojas da internet estão abertas o tempo todo, o que possibilita esticar o tempo de satisfação não contaminada por qualquer preocupação com frustrações futuras. Assim, fazer compras pode ser fragmentado em uma série de agradáveis momentos de excitação (BAUMAN, 2008, p. 27).

A sociedade de consumidores promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida consumista e rejeita todas as outras opções culturais alternativas. Concentra seu treinamento e a pressão coercitiva sobre seus membros, desde a infância e ao longo de suas vidas. Se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é a única escolha. Consumidores de ambos os sexos, de todas as idades e de qualquer posição social serão inadequados, deficientes e abaixo do padrão se não responderem aos apelos da sociedade de consumo. Aqueles que possuem recursos demasiado escassos para reagirem aos “apelos do mercado”, são os consumidores falhos, são pessoas desnecessárias para a sociedade de consumo, que estaria melhor sem elas (BAUMAN, 2008, p. 88).

Ser um consumidor implica fazer escolhas, decidir o que quer e como vai gastar o seu dinheiro para obtê-lo. Esse exercício de escolha é, em princípio, ilimitado, pois ninguém tem o direito de dizer o que o consumidor deve comprar ou o que deve querer. Assim, “a soberania do consumidor é uma imagem extremamente sedutora de liberdade” (SLATER, 2002). Comprar parece ter se tornado um sinalizador de liberdade maior do que votar e aquilo que fazemos sozinhos no shopping é considerado mais importante para o nosso destino do que o que fazemos juntos na esfera pública (BARBER, 2009).

No entanto, na sociedade de consumo a liberdade parece encontrar o seu fim. A força da publicidade, dos grupos de referência, das instituições e dos meios de comunicação é tamanha que não resta um resquício de liberdade para as ações de consumo (CORTINA, 2002). O mercado, com sua insistente ideologia de consumo, está em cada setor de nossas vidas, mas, mesmo assim, ao resultado dá-se o nome de liberdade. O capitalismo de consumo, cria uma ilusão de liberdade privada, mas que resulta numa coerção invisível e torna o exercício da liberdade pública mais difícil. Ainda que os *shoppings* e mercados virtuais não sejam prisões, não se pode dizer que eles oferecem aos seres humanos alguma coisa parecida com liberdade pública (BARBER, 2009, p. 66)

Teoricamente os consumidores são livres para comprar ou não, mas “com o etos infantilista fomentando seus desejos” (BARBER, 2009, p. 66). A dinâmica de consumo torna as pessoas mais vulneráveis ao controle, em grande parte da mesma forma que as crianças. O consumidor em tempo integral, de quase todas as maneiras, age regressivamente, mais como uma criança impulsiva do que como um adulto. O cidadão adulto é uma pessoa que faz escolhas capacitado pela liberdade social a afetar o ambiente, enquanto o consumidor infantilizado é uma pessoa privada que faz escolhas e cujo poder de participar da comunidade ou afetar mudanças é diminuído (BARBER, 2009, p. 48).

Muitas das perguntas próprias dos cidadãos, a que lugar pertença, que direitos eu tenho, como posso me informar, quem representa meus interesses, recebem respostas mais em virtude do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa, do que pelas regras da democracia ou da participação de homens e mulheres em espaços públicos (CANCLINI, 2015). A vitória do consumo levou, até mesmo, a um retrocesso quanto às conquistas sociais e políticas, quando educação, moradia, saúde e lazer aparecem como se fossem conquistas pessoais e não direitos sociais (PORTILHO, 2005).

Esta falsa ideia de liberdade, decorre da ideologia da privatização que se tornou uma aliada da infantilização na sociedade comercial. Assim, o etos de infantilização não é o único fator no hiperconsumo da nossa era. A ideologia da privatização não é apenas uma ideologia econômica. Ela age em aliança com o etos da infantilização para reforçar o narcisismo, a preferência pessoal, a puerilidade. Distorce o modo como se compreende a liberdade civil e a cidadania, interpretando de forma equivocada a liberdade e, assim, ignorando e, por vezes, até mesmo minando o significado de bens públicos e da prosperidade pública. Trata a escolha como se fosse eminentemente privada, apenas como uma questão de enumerar e agregar todos os “eu quero” que mantemos como consumidores privados, sem considerar que escolhas privadas têm consequências sociais e resultados públicos (BARBER, 2009).

A privatização transforma o “eu” privado, impulsivo, que fica à espreita dentro de mim, num inimigo inadvertido do “nós” público, deliberativo, que também é parte de quem eu sou. O privado grita para mim: “Eu quero!” A perspectiva de privatização legitima o grito, permitindo que ele vença o silencioso “nós precisamos”, que é a voz do eu público do qual eu participo e que também é um aspecto de meus interesses como ser humano. Todas as escolhas que fazemos, uma a uma, determina, portanto, os resultados sociais que com certeza vamos sofrer juntos, mas que nunca são diretamente uma escolha em comum (BARBER, 2009, p. 148).

A privatização desfaz os laços que unem as pessoas em comunidades livres e repúblicas democráticas, levando-as de volta a um estado natural em que possuem um direito de obter o que querem por elas mesmas, mas sem a capacidade verdadeira de assegurar aquilo a que têm direito. As escolhas privadas dependem de poder individual, de habilidades pessoais e até mesmo de sorte, enquanto as escolhas públicas dependem de direitos civis e presumo direitos iguais para todos (BARBER, 2009).

O termo consumo, à primeira vista, nos ilude e leva a crer que que haveria um sujeito consumidor e um objeto consumido. No entanto, não há como “não se dar conta de que essa separação, sujeito – objeto fica cada vez mais amorfa diante da experiência do sujeito imerso na cultura do consumo contínuo e que não pode parar” (HOMEM, 2003, p. 4).

1.3 O DIQUE AMEAÇA RUIR: O CRESCIMENTO DAS PATOLOGIAS DE CONSUMO JUDICIALIZADAS

Neste cenário de consumo exorbitante, de novidades instantâneas e de crédito fácil multiplicam-se as patologias decorrentes das relações de consumo e os abusos perpetrados contra o consumidor. Tudo isso acaba por desaguar em um enorme número de processos que ingressam todos os dias no Poder Judiciário. Ou seja, o incremento das operações de consumo e os consequentes descumprimentos do Código de Defesa do Consumidor acabam por gerar uma massificação de litígios jusconsummeristas. “Ciclicamente, produz-se em massa, consome-se em massa e demanda-se em massa” (MONTEIRO FILHO, 2016, p. 297), tornando um desafio alcançar aos consumidores uma prestação jurisdicional efetiva nos dias atuais.

O índice de congestionamento do Poder Judiciário e, especialmente, a evolução do número de processos que tem como objeto conflitos de consumo demonstram esta realidade. Adota-se como parâmetro para a demonstração destes números o Relatório Justiça em Números⁵, do Conselho Nacional de Justiça, relativos aos anos de 2014, 2015 e 2016. Esta

⁵ O Relatório Justiça em Números é uma compilação dos dados de orçamento, produtividade, recursos humanos e estrutura dos tribunais brasileiros, construído a partir dos dados fornecidos por 90 tribunais, divididos em cinco segmentos: Justiça Estadual, Justiça Federal, Justiça do Trabalho, Justiça Militar, Justiça Eleitoral, além dos Tribunais Superiores (exceto Supremo Tribunal Federal). É publicado anualmente e sua primeira publicação

opção se deve ao âmbito da pesquisa empírica, a qual tem como um dos objetivos específicos apurar o número de processos encaminhados para mediação desde a criação do CEJUSC do Foro Central da Comarca de Porto Alegre, que ocorreu no ano de 2014, até o final do ano de 2016, ano da entrada em vigor do novo Código de Processo Civil. Outrossim, apesar de ser publicado desde 2003, somente a partir do relatório publicado em 2015, o Conselho Nacional de Justiça passou a fazer uma divisão por assuntos mais demandados, de modo a possibilitar a demonstração da evolução do acervo processual consumerista, como aqui se pretende.

O Relatório Justiça em Números, do qual se pode extrair a evolução do número de processos no Poder Judiciário brasileiro, aponta que a taxa de congestionamento, nos anos de 2014 e 2015, atingiu os percentuais de 71,4% e 72,2% (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2015, 2016), e superou estes números no ano de 2016, quando atingiu 75% (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2017). Nestes anos, as ações judiciais versando sobre Direito do Consumidor ocuparam os primeiros lugares entre os assuntos mais demandados, tanto no Poder Judiciário, como, especificamente, nas Turmas Recursais e Juizados Especiais Cíveis, como se infere nas tabelas constantes dos apêndices A e B, as quais apontam os números fornecidos pelo Conselho Nacional de Justiça no Relatório Justiça em Números.

Como demonstrado na tabela constante do apêndice A, no ano de 2014, existiam no acervo do Poder Judiciário mais de dois milhões de ações em trâmite que versavam sobre responsabilidade do fornecedor e indenização por danos extrapatrimoniais, de modo que estes processos ocuparam o terceiro lugar entre os assuntos mais demandados (4,01%). As ações que versavam sobre Direito do Trabalho (rescisão de contratos e verbas rescisórias) e Direito Civil (obrigações e contratos) ocupavam a primeira e segunda posição, respectivamente.

No ano de 2015, houve redução do número de processos em relação ao ano anterior. Mesmo assim, havia um acervo de mais de um milhão e meio de ações envolvendo Direito do Consumidor, totalizando 4,10% dos feitos que tramitaram no Poder Judiciário. Tal como no ano anterior, as ações que versavam sobre Direito do Trabalho (rescisão de contratos e verbas rescisórias) e Direito Civil (obrigações e contratos) ocupavam a primeira e segunda posição, respectivamente.

O relatório elaborado no ano de 2017, com base nos dados do ano de 2016, deixou

de apontar os números gerais do Poder Judiciário, como nas edições anteriores. Também diferente dos anos anteriores, que elencavam os vinte primeiros assuntos mais demandados, o relatório publicado em 2017 elenca apenas os cinco primeiros. Assim, de acordo com o último relatório, os litígios consumeristas ocuparam o segundo lugar entre os mais demandados na Justiça Estadual, no total de 1.760.905, em um percentual de 3.46%. O primeiro lugar é ocupado pelos processos que envolvem Direito Civil, em um percentual de 3,83% e o terceiro pelos litígios que tem como objeto Direito Tributário, em um percentual de 3,46% (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2017).

O quadro abaixo sintetiza a evolução dos números apontados, constantes nas tabelas do apêndice A, em relação aos litígios que envolvem Direito do Consumidor no Poder Judiciário:

Poder Judiciário		
Ano	Direito do Consumidor	Número de processos
2014	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	2.039.288
2015	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	1.667.654
2016	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	1.760.905

Especificamente nas Turmas Recursais e Juizados Especiais Cíveis, os processos envolvendo relação de consumo, reiteradamente, ocupam as primeiras posições entre os assuntos mais demandados, como ilustram as tabelas constantes do apêndice B. Nas Turmas Recursais Cíveis, responsáveis pelo julgamento dos recursos interpostos contra decisões proferidas nos Juizados Especiais Cíveis, o número de processos que tinham como objeto o Direito do Consumidor, especificamente responsabilidade do fornecedor e indenização por danos extrapatrimoniais, superam significativamente as matérias que ocuparam as posições seguintes. No ano de 2014, tramitaram 130.640 processos envolvendo Direito do Consumidor nas Turmas Recursais. Este número aumentou no ano de 2015, atingindo 144.499 processos e ainda mais em 2016, quando chegou a 144.754. A tabela abaixo sintetiza o incremento dos números apontados, constantes da tabela do apêndice B:

Turmas Recursais Cíveis		
Ano	Direito do Consumidor	Número de processos

2014	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	130.640
2015	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	144.499
2016	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	144.754

Especificamente, nos anos de 2015 e 2016, as ações que tinham como objeto Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor e indenização por danos extrapatrimoniais), superaram em mais de 50% o número de processos que ocupavam a segunda posição. Em 2015, estas ações totalizaram 12,98% das ações em tramite nas Turmas Recursais, enquanto as ações que envolviam Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais) alcançaram o percentual de 6,43%. Tal como no ano de 2015, em 2016 as ações envolvendo Direito do Consumidor ultrapassaram significativamente as ações que ocuparam a segunda posição entre os assuntos mais demandados. Em 2016, as ações que tratavam de litígios consumeristas atingiram o percentual de 11,95%, enquanto as ações envolvendo Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais), atingiram 4,82%.

Nos Juizados Especiais Cíveis, da mesma forma, os processos envolvendo o Direito do Consumidor estavam em primeiro lugar entre os assuntos mais demandados, nos três anos analisados, ou seja, 2014, 2015 e 2016 e aumentaram a cada ano, conforme os números apontados pelo Conselho Nacional de Justiça, constantes da tabela do apêndice B. No ano de 2014, os Juizados Especiais Cíveis contavam com um acervo de 1.033.762 processos envolvendo Direito do Consumidor. Em 2015, este número atingiu 1.122.593 processos e, em 2016, o total de 1.234.983 processos. O quadro abaixo sintetiza a evolução dos números apontados, constantes nas tabelas do apêndice B, em relação aos litígios que envolvem Direito do Consumidor nos Juizados Especiais Cíveis:

Juizados Especiais Cíveis		
Ano	Direito do Consumidor	Número de processos
2014	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	1.033.762
2015	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	1.122.593
2016	Responsabilidade do fornecedor/indenização por dano extrapatrimonial	1.234.983

Tal como nas Turmas Recursais, nos Juizados Especiais Cíveis, o número de

processos que tinham como objeto o Direito do Consumidor, especificamente responsabilidade do fornecedor e indenização por danos extrapatrimoniais, superaram significativamente as matérias que ocuparam as posições seguintes, sendo que nos anos de 2015 e 2016 superaram em mais de 50% o número de processos que ocupavam a segunda posição. Em 2015, enquanto os litígios consumeristas eram 15,47% dos processos que tramitavam nos Juizados Especiais Cíveis, as ações envolvendo Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais), alcançaram 6,3%. Já no ano de 2016, as ações envolvendo Direito do Consumidor eram 15,15% dos processos que tramitavam nos Juizados Especiais Cíveis, superando, portanto, significativamente as ações que tinham como objeto Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais), que alcançavam apenas 6,81%.

Ademais, os números, relatados na tabela do apêndice B, apontam que as ações que têm como objeto a responsabilidade do fornecedor e indenização por danos extrapatrimoniais superaram consideravelmente aquelas que contêm pedido de indenização por danos materiais, que ocuparam a décima posição em 2014 (241.406 processos, equivalente a 2,89%) e a nona em 2015 (189.525 processos, equivalente a 2,61%). Já no ano de 2016, houve aumento do número destes processos, que passaram a ocupar o quinto lugar entre os assuntos mais demandados nos Juizados Especiais Cíveis (268.834 processos, equivalente a 3,30%).

Outrossim, como se denota da análise dos dados apresentados pelo Conselho Nacional de Justiça, a cada ano houve aumento nas demandas consumeristas propostas nos Juizados Especiais Cíveis e dos recursos julgados pelas Turmas Recursais Cíveis. Tal informação aponta que este tem sido importante e principal instrumento de acesso à justiça para os consumidores.

Enquanto ocupam as primeiras posições nos Juizados Especiais e nas Turmas Recursais, no primeiro grau de jurisdição são menos frequentes os processos que tenham o Direito do Consumidor como objeto. No ano de 2014 ocuparam o 4º e 9º lugar, respectivamente Direito do Consumidor (contratos de consumo/bancários), no total de 141.776 mil processos e Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos morais), no total de 117.804 mil processos (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2015). Já no ano de 2015, os litígios consumeristas ocuparam o 17º lugar, com 284.395 mil processos. Ainda assim, verifica-se que houve aumento no número de processos judiciais envolvendo as relações de consumo no primeiro grau (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2016). No entanto, no

ano de 2016, os litígios consumeristas não aparecem entre os assuntos demandados no 1º grau de jurisdição.

Possivelmente isso se deve aos valores envolvendo estes litígios, que acabam por desaguar, na maioria das vezes, nos Juizados Especiais Cíveis, os quais têm competência para processamento e julgamento de causas cíveis de menor complexidade, assim consideradas, as causas cujo valor não exceda a quarenta vezes o salário mínimo (artigo 3º, inciso I, da Lei 9.099/95⁶). Aliás, ao longo dos anos o Juizado Especial tem caminhado para uma superlotação de processos envolvendo relações de consumo, o que representa o sintoma de uma patologia que afeta a sociedade de consumo: o constante desrespeito aos direitos dos consumidores. Como demonstrado, nos Juizados Especiais Cíveis, no último ano, apenas os processos que tratavam da responsabilidade do fornecedor e indenização por danos extrapatrimoniais eram 1.033.762.

Com efeito, o desrespeito aos direitos do consumidor não é um sintoma novo. Marcelo Sodré (2007) aponta que já em 1976, quando o Brasil ainda não contava com uma lei protetiva dos direitos dos consumidores, uma CPI instaurada na Câmara Federal já apontava as mudanças pelas quais o Brasil passava e a necessidade de proteção desta classe vulnerável. O Relatório, publicado em 12 de maio de 1977, ressaltava que ao lado da modernização crescente, da diversificação constante na sofisticação das mercadorias, o consumidor continua a ocupar um *status* tão arcaico e desprotegido como o que ocupava na era dos mascates. De lá para cá, como demonstram os números apresentados, as lesões aos direitos dos consumidores se agravaram.

A produção em série significou o surgimento de bens de consumo mais frágeis, pois o uso de novas tecnologias não significou maior durabilidade. Pelo contrário, uma maior produção para uma população crescente foi acompanhada pela necessidade de que indivíduos consumam cada vez mais e, portanto, a produção de bens cada vez mais frágeis e menos duráveis é fundamental para o desenvolvimento da sociedade de consumo. O objetivo é produzir bens que possam ser substituídos, sempre, com a maior rapidez possível. Ao mesmo tempo, a produção em massa significa maiores riscos à saúde, segurança e integridade dos consumidores. Na medida em que a produção de bens de consumo passa a ser em série, a

⁶ Art. 3º - O Juizado Especial Cível tem competência para conciliação, processo e julgamento das causas cíveis de menor complexidade, assim consideradas: I - as causas cujo valor não exceda a quarenta vezes o salário mínimo.

prestação de serviços precisou se adaptar para servir as massas, o que levou ao surgimento da adesão as condições gerais de contratação. Nas relações contratuais modernas, o contratante definitivamente perdeu suas chances de negociar. Para as grandes organizações, o consumidor individual não tem grande representatividade econômica, pois resulta em fração cada vez menor de seus rendimentos. Diante desta realidade, o poder de barganha do consumidor tende a se tornar menor e as suas opiniões menos relevantes. Assim, os consumidores não perderam apenas suas liberdades de escolha, mas também os poderes de barganha e reclamação (BRITTO, SANTOS, 2009).

Neste cenário, as principais lides de consumo têm como origem práticas mercadológicas que acabam por gerar o descumprimento das normas de Direito do Consumidor. De acordo com o Boletim do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, as principais causas de controvérsias levadas aos PROCONS, no ano de 2016 dizem respeito a: 1º problemas com cobrança, 2º problemas com contrato, 3º vício ou má qualidade de produto ou serviço, 4º problemas com SAC, 5º problemas diversos com produtos e serviços.

Além das lesões sofridas pelos consumidores, outras causas podem ser apontadas para a judicialização em massa dos litígios de consumo. Uma pesquisa, encomendada pelo Conselho Nacional de Justiça e elaborada pela Fundação Getúlio Vargas/SP⁷, apontou que existem muitos incentivos para o aumento da judicialização dos conflitos na área de Direito do Consumidor, entre eles: o baixo custo de ingressar com ações aliado a uma grande possibilidade de sucesso, especialmente nos Juizados Especiais; a advocacia de massa que estimula o requerimento de indenizações por dano moral e a propositura de ações judiciais em grandes quantidades sobre demandas idênticas; a legislação processual que estimula o tratamento individual de demandas de massa em vez de tratá-las coletivamente e evitar a proliferação de casos repetitivos e a ausência de uniformização jurisprudencial dos Tribunais Superiores a respeito de matérias (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2011).

A pesquisa apontou, ainda, que nos últimos anos a classe média passou de 62 milhões de consumidores para 92 milhões entre os anos de 2005 e 2010. Contudo, grande parcela destes novos consumidores, frequentemente, não é adequadamente informada pelos

⁷ Disponível em:

<http://www.cnj.jus.br/files/conteudo/arquivo/2016/03/f7b1f72a0d31cc1724647c9147c4b66b.pdf>

fornecedores e instituições bancárias a respeito dos produtos e serviços financeiros que passaram a adquirir. Além disso, a existência de cláusulas abusivas nos contratos acompanhada de serviços de atendimento ao consumidor falhos são outros fatores de estímulo ao ajuizamento de ações judiciais que poderiam ser evitadas (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2011).

Outrossim, ainda que o consumidor tenha à disposição outras formas de solução dos conflitos, junto ao próprio fornecedor ou por meio da via administrativa junto aos órgãos de proteção e defesa do consumidor, os números apontam que a via judicial acaba sendo a via eleita quando ocorre uma lesão. Tal fato, não pode ser imputado apenas a um fator, mas a ausência de efetividade das vias não judiciais também contribui para o aumento dos casos levados ao Poder Judiciário. Em que pese a relevância das vias conciliativas, muitas vezes na via administrativa apenas elas são promovidas diante da ausência de mecanismos mais concretos e eficazes. No Rio Grande do Sul, por exemplo, as penalidades aplicadas pelo Procon/RS limitam-se a sanção pecuniária, o que é indicativo da falta de autoridade de que padece o órgão. Também é indicativo da ausência de poder coercitivo da entidade o tratamento que as sociedades empresárias para com as multas. Em boa parte das vezes a condenada prefere recorrer ao judiciário para suspender o processo administrativo ou pagar apenas depois de ter seu nome inscrito na dívida ativa (AZEVEDO, 2014).

Outra questão a ser enfrentada consiste na lógica econômica que muitas vezes orienta as estratégias dos fornecedores, que preferem responder a processos judiciais, a implantar medidas efetivas que busquem a prevenção de danos e facilitar o acesso do consumidor (MONTEIRO, FILHO, 2016). O infrator se utiliza da relação custo benefício entre o lucro obtido com a manutenção da conduta danosa e o custo de eventual indenização a ser paga aos que postularem em juízo (AZEVEDO, 2014).

Assim, o número elevado de ações judiciais que têm como objeto o Direito do Consumidor não configura um dado positivo, consequência de uma concepção crescente de cidadania, ou prova de que o em nosso país o consumidor tem garantido o acesso efetivo à justiça. Nas palavras de Amanda Flávio Oliveira (2016), na verdade um Estado em que os direitos fundamentais são efetivamente respeitados não pode apresentar índices muito elevados de demandas judiciais sobre esses direitos. Como aponta a evolução dos números explanados, o dique ameaça ruir.

2. CONTORNOS JURÍDICOS: HISTORICIDADE, LEGALIDADE E EFETIVIDADE DA MEDIAÇÃO NA SEARA JUSCONSUMERISTA

2.1 MECANISMOS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS DE CONSUMO NO BRASIL: UM PASSEIO ATRAVÉS DO TEMPO

O movimento civil de defesa do consumidor desenvolveu-se de forma significativa a partir da década de 60 e dois fatos demonstram a sua relevância: a mensagem enviada pelo Presidente John F. Kennedy ao Congresso Nacional dos Estados Unidos e a criação da *International Organization of Consumers Union* (IOCU), atual denominação da *Consumers International* (CI) (SODRÉ, 2009). Em 1973, a Comissão dos Direitos Humanos das Nações Unidas reconheceu a proteção ao consumidor como princípio universal e direito humano fundamental, os quais se materializaram na Resolução da ONU 39/245, em 1985. A normativa visava coibir condutas abusivas por parte dos fornecedores, bem como criar procedimentos rápidos, formais ou não, de baixo custo e acessíveis para reparação de danos em casos de lesão aos interesses dos consumidores (KLAUSNER, 2015), reconhecendo, assim, o desequilíbrio econômico, informacional e técnico (ALMEIDA, 2003).

Em termos gerais, a resolução traçou diretrizes para a defesa do consumidor, recomendando aos países membros que desenvolvessem, reforçassem ou mantivessem políticas de defesa do consumidor, ainda que coubesse a cada governo determinar suas prioridades de acordo com as suas condições econômicas e sociais e as necessidades de sua população (CÁCERES, 1994). Foram estabelecidas regras que visavam proteger o consumidor quanto à sua saúde e segurança, fomentar e proteger seus interesses econômicos, fornecer informação necessária para que pudessem fazer escolhas adequadas às suas necessidades, educá-lo, criar mecanismos para a efetiva reparação do dano e garantir a liberdade para formação de grupos e organizações de consumidores com oportunidades de participação nos processos decisórios (SILVA FILHO, 1991).

No Brasil, as primeiras organizações e órgãos de proteção dos direitos do

consumidor surgiram na década de 70. A primeira associação brasileira de defesa do consumidor foi criada em 1976 na cidade de Porto Alegre, denominada Associação de Proteção ao Consumidor (APC). Neste mesmo ano, foi fundada a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor em Curitiba (ADOC) (WADA, 2016). Em 1976 também surge o primeiro órgão público de defesa do consumidor, o PROCON de São Paulo (SODRÉ, 2007).

Nos anos 80, o país vivia um momento de recessão econômica e escalada inflacionária, especialmente por conta da crise do petróleo que provocava a diminuição da liquidez financeira internacional, impactando no mercado interno brasileiro e resultando no aumento de preços de bens e serviços no mercado de consumo. Diante deste cenário, não é de se estranhar que as primeiras demandas dos consumidores, no Brasil, não estivessem relacionadas à qualidade de produtos ou serviços mas, sim, voltassem-se contra os sucessivos aumentos dos preços. As demandas relacionadas à qualidade de produtos e serviços normalmente limitavam-se à esfera privada das relações contratuais (WADA, 2016). Esta década foi marcada pelo movimento consumerista, que almejava incluir a defesa do consumidor na Assembleia Nacional Constituinte (SANTOS, 2014). O Código Civil de 1916, instituído em outro momento econômico e social, mostrava-se insuficiente para atender aos novos conflitos provenientes das relações de consumo. Assim, embora os conflitos existissem, havia pouca procura ao Poder Judiciário, em decorrência da inexistência de “instrumentos normativos apropriados que reconhecessem os direitos existentes dos consumidores e os canais judiciais e extrajudiciais adequados para o seu exercício” (WADA, 2016, p. 126).

Entre 1976 e 1985 quase todos os Estados instituíram órgãos públicos de defesa do consumidor, o que levou a um descompasso. Enquanto os Estados organizavam órgãos públicos de defesa do consumidor, o governo federal não apoiava com nenhuma estrutura (SODRÉ, 2007).

Em 24 de julho de 1985, por meio do Decreto nº 91.469, foi criado o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, que tinha como função assessorar a Presidência da República na formulação da política de defesa do consumidor. Fizeram parte do Conselho Associações de Consumidores, PROCONS Estaduais, a Ordem dos Advogados do Brasil, a Confederação da Indústria, Comércio e Agricultura, o Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária, o Ministério Público e representações do Ministério da Justiça, Ministério da Agricultura, Ministério da Saúde, Ministério da Indústria e do Comércio e Ministério da Fazenda (BRASIL, 2007).

Este órgão foi extinto no início do mandato do Presidente Fernando Collor de Melo e substituído pelo Departamento Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor, integrante da estrutura do Ministério da Justiça, que deixou de ter a participação dos órgãos estaduais e municipais, das entidades privadas de defesa do consumidor e da sociedade civil (ALMEIDA, 2003). Segundo Marcelo Gomes Sodré (2007), em verdade, o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor foi transformado em um pequeno departamento sem qualquer representatividade ou estrutura.

A maior vitória na esfera dos direitos do consumidor aconteceu em 1988, quando a sua proteção foi inscrita na Constituição Federal como direito fundamental, no artigo 5º, inciso XXXII, e também como princípio da ordem econômica no artigo 170. Ao determinar que o Estado promoverá a defesa do consumidor, na forma da lei, estabeleceu-se um comando para que o legislador realizasse o detalhamento da proteção constitucional e se reconhece a possibilidade de criação de normas específicas de proteção ao consumidor. Outrossim, em face da dicção do artigo 48 do Ato das Disposições Transitórias, percebe-se que a Constituição não se limitou a determinar a feitura da lei, mas determinou a realização de um Código de Defesa do Consumidor (MIRAGEM, 2002).

Assim, claramente, o texto constitucional adotou a concepção da codificação, reconhecendo que o consumidor não poderia ser protegido de forma adequada com base em leis esparsas, muitas vezes lacunosas ou contraditórias (CÁCERES, 1994). A Constituição brasileira “traçou a base sólida, a viga de sustentação, para a edificação da tutela do consumidor, não podendo a legislação infraconstitucional se afastar de um plano mais amplo que é a tutela da própria pessoa humana” (FARIAS, 2002, p. 83).

Em 12 de setembro de 1990 foi publicada a Lei 8.078, que passaria a vigorar em 11 de março de 1991, após a *vacatio legis* de 180 dias, nos termos do seu artigo 118 (KLAUSNER, 2015). Assim, desde março de 1991 o Brasil conta com uma regulamentação de defesa do consumidor, vista como uma lei abrangente, porquanto trata das relações de consumo em todas as esferas: civil, administrativa e penal (NASCIMENTO, 2016).

De acordo com os autores do projeto de lei do Código de Defesa do Consumidor, a lei consumerista brasileira foi inspirada em modelos legislativos estrangeiros, mas inúmeros são os dispositivos adaptados à realidade brasileira e às peculiaridades do seu mercado de consumo. A maior influência sofrida pelo Código veio do *Projet de Code de la Consommation* francês. Também importantes foram as influências das leis da Espanha (*Ley General para la*

Defensa de los Consumidores y Usuário), Portugal; (Lei 29/81, de 22 de agosto) México (*Ley Federal de Protección al Consumidor*) e Quebec (*Loi sur la Protection du Consommateur*). Também se buscou inspiração nas legislações de Portugal para o controle das cláusulas de contratação e, ainda, da Alemanha. Visto pelo prisma específico de algumas matérias, o Código buscou inspiração no direito comunitário europeu: as Diretivas 84/450 (publicidade) e 85/374 (responsabilidade civil pelos acidentes de consumo) (GRINOVER, 2004).

Não que antes do advento do Código de Defesa do Consumidor não existissem leis que tutelassem os direitos dos consumidores. Artur Marques da Silva Filho (1991, p. 36), cita algumas leis que, de forma direta ou indireta, tratavam da defesa consumerista, entre elas: a Lei da Economia Popular (Lei 1.521/51), a Lei da Repressão ao Abuso Econômico (Leis 4.157/62 e 4.511/64), a Lei Delegada 4/62. Além disso, existiam previsões não expressamente dirigidas ao consumidor, tanto no Código Civil, como já mencionado, como no Código Penal, sendo que a primeira lei a tratar especificamente da proteção do consumidor, por via da ação civil pública, foi a Lei 7.347/85. Contudo, ainda que existissem normas jurídicas que de certa forma protegessem os consumidores, somente a partir da publicação do Código de Defesa do Consumidor o Brasil passou a contar com um “verdadeiro sistema protetivo”.

O Código de Defesa do Consumidor pode ser classificado como a lei mais importante surgida na seara do direito privado. Ele modificou a configuração do direito brasileiro e foi decisivo para a ordem econômica do país, provocando uma transformação social ao induzir as empresas a uma evolução de patamar de eficiência (PRUX, 2016). A partir da sua aprovação o movimento de defesa dos consumidores ganha força, especialmente no que se refere à criação de entidades civis de defesa e ao fortalecimento das existentes. A fundação do IDEC, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, em 1987, e a criação do Fórum Brasileiro das Entidades de Defesa do Consumidor, em 1997, demonstram que a defesa do consumidor atingia um novo patamar (SODRÉ, 2007).

O código é extensivo ao elencar os direitos dos consumidores. Trata da proteção à vida e segurança, educação, informação adequada e clara acerca dos produtos e serviços, proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, das cláusulas contratuais abusivas, da efetiva reparação e prevenção ao dano, do acesso aos órgãos judiciários e administrativos, da facilitação da defesa e inversão do ônus da prova e da adequada e eficaz prestação dos serviços públicos (SILVA FILHO, 1991). Assim, do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor diante do poder econômico do fornecedor, bem como da insuficiência das leis, que já não

tutelavam os novos interesses desta classe, direitos coletivos e difusos, surge a tutela do consumidor, com o objetivo de garantir o cumprimento do objeto da relação de consumo, ou seja, o fornecimento de bens e o atendimento das necessidades dos consumidores (ALMEIDA, 2003).

Por ter a vulnerabilidade do consumidor diversas causas, não pode o Direito proteger a parte mais fraca da relação de consumo somente em relação a alguma ou mesmo a algumas facetas do mercado. Não se busca a tutela manca do consumidor. Almeja-se uma proteção integral, sistemática e dinâmica. E tal requer o regramento de todos os aspectos da relação de consumo, sejam aqueles pertinentes aos próprios produtos e serviços, sejam outros que se manifestem como verdadeiros instrumentos fundamentais para a produção e circulação destes mesmos bens: o crédito e o marketing (BENJAMIN, GRINOVER, 2004, p. 7).

A partir, então, do advento do Código de Defesa do Consumidor, a defesa do consumidor organiza-se em quatro espécies de tutela jurídica. A primeira é a tutela civil, concentrando-se, essencialmente, em dois temas: a prevenção e a repressão de danos extrapatrimoniais e a coibição de abusos dos fornecedores do mercado de consumo. A segunda, jurisdicional, trata das normas processuais de defesa do consumidor, em especial no tocante aos processos coletivos para defesa dos direitos coletivamente tuteláveis em juízo. A terceira espécie de tutela é a penal, a qual contempla as normas jurídicas tipificadoras das infrações penais de consumo, bem como outras questões relativas ao direito penal do consumidor. Por fim, a quarta espécie é a tutela administrativa, que se consolida nas normas referentes ao funcionamento do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (AZEVEDO, 2009).

Ao Ministério Público foi reservado importante papel, cumprindo a função estabelecida na Constituição Federal de tutelar o consumidor. Nas localidades onde não existe PROCON ou outras entidades de proteção ou defesa do consumidor, ou Juizados Especiais, os promotores de justiça se dedicam à defesa dos consumidores no plano individual, além de atuarem no plano coletivo por meio de inquérito civil ou proposituras de ações civis públicas (GRINOVER, 2004).

O Código de Defesa do Consumidor ainda prevê a criação de delegacias especializadas no atendimento aos consumidores. No entanto, segundo aduz Rogério Silva (2015), após 24 anos de vigência da lei consumerista, apenas algumas capitais criaram delegacias com esta competência⁸. Ainda que não exista uma delegacia especializada, nas

⁸ Em consulta a um site de busca na internet, localizou-se dezenove delegacias especializadas na defesa dos consumidores nas seguintes capitais: Manaus, Macapá, Salvador, Brasília, Vitória, Goiânia, São Luis, Campo

idades onde não existir PROCON ou então juizado especial, caberá aos delegados de polícia a orientação dos consumidores, bem como uma tentativa conciliatória em casos de conflitos que se originem de relações de consumo (GRINOVER, 2004).

Em 1984 foi publicada a Lei 7.244, que criava os Juizados Especiais de Pequenas Causas, no intuito de atacar dois pontos críticos do acesso ao judiciário: a morosidade e o alto custo. Em 1995 foi editada a Lei 9.099, que dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais, que substituíram os Juizados de Pequenas Causas. Segundo João Batista de Almeida (2003, p. 64), esta substituição trouxe benefícios para os consumidores, tratando-se, nos dizeres do autor de “grande solução para os consumidores no que se refere ao acesso à justiça, constituindo um dos mais valiosos instrumentos colocados à sua disposição”. Os Juizados Especiais surgem como instrumentos de pacificação social, na tentativa de se efetivar o acesso à justiça por meio de maior admissão de pessoas e causas ao Poder Judiciário, em consonância com a garantia de tutela ampla e irrestrita assegurada pela Constituição Federal de 1988 (art. 5º, XXXV). Diante deste desiderato, esses Juizados acabaram tornando-se a principal via de resolução de litígios referentes às relações consumeristas (GOMES, 2015).

As associações civis de defesa do consumidor estão inseridas no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor dada a sua importância no âmbito da defesa desta classe. A lei consumerista, inclusive, determina expressamente que o poder público deve incentivar a criação e desenvolvimento destas associações. Muitas vezes elas acabam sendo o primeiro e único atendimento do consumidor que busca a solução de um conflito, porquanto em determinadas situações, ainda na esfera administrativa, estes órgãos conseguem a harmonização entre as partes. Entre as associações mais importantes na representação dos consumidores merecem destaque o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC, criado antes mesmo do advento do Código de defesa do Consumidor, em 1987, e o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, fundado em 1992, pelos autores do anteprojeto que deu origem ao Código (SILVA, 2015). Estas entidades, que têm sua forma de atuação definida em lei (Decreto 2.181 de 20 de março de 1997), podem encaminhar denúncias aos órgãos públicos de proteção e defesa do consumidor, para as providências legais e cabíveis, representa-lo em juízo e exercer atividades correlatas, como a prestação de assistência técnica ao consumidor (PLANALTO, 1997).

Por fim, merecem referência os órgãos de proteção ao consumidor, os PROCONS,

que também integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e podem funcionar em nível estadual ou municipal. Estes órgãos foram criados antes mesmo do advento do Código de Defesa do Consumidor⁹, e tinham a primordial tarefa de realizar a tutela administrativa do consumidor, ou seja, de atendimento de reclamações, tentativa de solução de conflitos individuais, além de sua orientação, esclarecimento, informação e educação informal (FILOMENO, 2016).

A partir da publicação do Código tais órgãos ganharam autonomia para defender os interesses difusos e coletivos dos consumidores, quando lhes foi atribuída legitimidade para a propositura de ações coletivas (BRITTO, SANTOS, 2009). Mesmo assim, os PROCONS ainda atuam na solução de interesses individuais dos consumidores, realizando audiências de conciliação. Estas audiências hoje configuram importante instrumento de acesso à justiça, porquanto além da inexistência de custo, há celeridade no trâmite do processo administrativo, o que gera elevada satisfação aos consumidores que procuram atendimento (BRITTO, SANTOS, 2009). Outra importante atuação dos PROCONS se dá na esfera da fiscalização e aplicação de penalidades como forma de modificar ou limitar comportamentos abusivos por parte dos fornecedores em prol da proteção do vulnerável (GOMES, 2016).

Neste aspecto, na tentativa de aperfeiçoar ainda mais a tutela do consumidor no âmbito dos PROCONS, foi proposto o Projeto de Lei 5.196/2013¹⁰, que tem como objetivo o fortalecimento e ampliação dos seus poderes, conferindo maior efetividade e eficácia às decisões das autoridades administrativas para que, além da aplicação de multas, possam estabelecer medidas corretivas aos fornecedores que infringam os direitos dos consumidores. Além disso, pretende permitir que as conclusões das audiências realizadas possam ser utilizadas pelos Juizados Especiais, a fim de evitar a duplicidade de procedimentos e garantir agilidade (GOMES, 2016).

De acordo com Rogério Silva (2015), a instalação de mais órgãos ainda esbarra na falta de recursos e vontade política. Nesse sentido, José Geraldo Britto Filomeno (2016) aponta que devido à dimensão territorial do Brasil, ainda são poucos os PROCONS em relação às demandas. Além disso, aduz que as competências destes órgãos foram aumentadas em demasia, diante dos meios materiais e recursos humanos que dispõem.

Muito se avançou em relação aos direitos do consumidor. Nos últimos anos do

⁹ Como referido, os primeiros PROCONS foram criados na década de 70, em Porto Alegre, Curitiba e São Paulo.

¹⁰ O projeto de lei está aguardando Parecer do Relator na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

século XX houve a criação dos juizados especiais cíveis, surgiram teses defendendo a incompatibilidade da arbitragem com a tutela do consumidor e ensaios destacando a relevância das ações coletivas e o papel do Ministério Público na defesa dos interesses dos **consumidores**. O século XXI marca uma nova fase do Direito do Consumidor brasileiro:

Um período que, aparentemente, pode ser identificado pelo refinamento da literatura jurídica consumerista – e, é evidente pela conseqüente sofisticação teórica dos modelos dogmáticos projetados para a solução dos problemas havidos no mundo fenomênico -, pelo alinhavar de decisões emblemáticas nas câmaras, turmas e seções dos tribunais tupiniquins e, ainda, pelo explícito fortalecimento da tutela administrativa – preventiva e sancionatória – do consumidor brasileiro. marcado pela sofisticação da legislação protetiva, por decisões simbólicas dos tribunais e também pelo fortalecimento da tutela administrativa em prol dos consumidores (CATALAN, 2016, p. 32).

Assim, atualmente o Brasil conta com um amplo sistema de defesa dos consumidores. Contudo, os meios de resolução dos conflitos de consumo disponibilizados ainda não são capazes de conferir ao consumidor tutela eficaz dos seus direitos, seja em razão da morosidade ou pelo difícil acesso. Como referido, embora exista previsão legal, poucas cidades contam com delegacias ou Ministério Público especializados. Da mesma forma, existe pouco interesse na implantação de novos PROCONS.

2.2 A FUGA DO JUDICIÁRIO: A LEGALIDADE DA MEDIAÇÃO NA RESOLUÇÃO DOS CONFLITOS DE CONSUMO

A morosidade dos processos e a burocratização na sua gestão, a falta de informação e orientação aos jurisdicionados, as deficiências do patrocínio gratuito, aliados ao elevado grau de litigiosidade, próprio da sociedade contemporânea, têm levado a uma excessiva sobrecarga de juízes e tribunais. Conseqüência deste cenário é a obstrução das vias de acesso à justiça, acarretando o descrédito da sociedade no Poder Judiciário (GRINOVER, 2007).

O movimento pelo acesso à tutela jurisdicional efetiva passou pela ampliação das oportunidades de conciliação e opção pela arbitragem, ainda que no curso do processo, bem como pela difusão da mediação e de outros métodos extrajudiciais de solução de conflitos, em que a sociedade civil atua como protagonista da solução da controvérsia (VASCONCELOS, 2008). Segundo Ada Pellegrini Grinover (2007), trata-se de buscar uma alternativa à

inacessibilidade, morosidade e custo do Poder Judiciário, buscando racionalizar a distribuição da justiça, com a consequente desobstrução dos tribunais, atribuindo a solução de determinadas controvérsias aos meios autocompositivos.

Como o Poder Judiciário ainda é tido como a principal forma de resolução dos conflitos pela sociedade brasileira, os meios autocompositivos, como a mediação, acabaram recebendo a alcunha de alternativos, por serem uma forma alternativa ao instrumento mais adotado. Outrossim, a denominação “alternativa” advém da tradução do termo *Alternative Dispute Resolution (ADR)*, consagrado no direito americano (ALMEIDA, PANTOJA, ANDRADE, 2015), que tinha o condão de aliviar o congestionamento do Judiciário, reduzindo custos e tempo de tramitação dos processos, para facilitar o acesso à justiça, mas, especialmente, incentivar o tratamento do conflito pela própria comunidade (SPENGLER, 2016).

Os programas de *ADR* nos Estados Unidos, tinham como base a rejeição ao conflito na sociedade e objetivavam evitar a sua manifestação no sistema da justiça (BAPTISTA, MELLO, 2011). Se encaixavam, assim, em um modelo de eficiência, com a promessa de dirimir a explosão da litigiosidade por meio da promoção de uma justiça alternativa, mas rápida e mais benéfica. Neste sentido, Laura Nader (1994, p. 20) ressalta que, no final da década de 1960 e início da década de 1970, os Estados Unidos voltaram-se para uma “justiça que promoveu o acordo, mais que vencer ou perder, que substituiu o confronto pela harmonia e pelo consenso, a guerra pela paz, as soluções vencer ou vencer”.

Como os métodos ditos alternativos, a mediação, não excluem a atuação do Poder Judiciário, mas a partir de sua regulamentação, somam-se a ele, entende-se que seria mais apropriada a denominação “meios adequados” de resolução de controvérsias. Nesse sentido, Diogo Assumpção Rezende de Almeida, Fernanda Medina Pantoja e Juliana Loss de Andrade (2015), aduzem que os métodos alternativos não excluem a atividade jurisdicional, de modo que o mais condizente seria denomina-los “adequados” ou “apropriados”. Ainda assim, permanecem sendo chamados de “alternativos” porque na sociedade brasileira a jurisdição ainda é a principal forma de resolução de litígios. Entende-se ser apropriado utilizar apenas a denominação método de solução de conflitos, porquanto a adequação ou não depende do conflito a ser resolvido. Nem sempre a mediação pode ser adequada.

O Código de Defesa do Consumidor foi uma das legislações pioneiras no tocante à abordagem dos métodos ditos alternativos de solução de controvérsias. O artigo 4º da lei consumerista, ao prever os princípios que regem a Política Nacional das Relações de Consumo,

traz entre os objetivos, em especial no inciso V¹¹, o dever de criação de mecanismos alternativos¹² de solução de conflitos. Outrossim, o inciso III⁴ do mesmo artigo, ao determinar a harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e a necessidade de preservação do equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores, incentiva a busca de soluções consensuais.

Claramente, estes dispositivos abrem as portas para a utilização da mediação nos conflitos de consumo, atendendo, assim, à determinação constitucional de proteção efetiva do consumidor. De acordo com Ada Pellegrini Grinover (2004, p. 77), ao estimular a adoção de meios alternativos para a resolução do conflito, a lei consumerista revela a preocupação do legislador em desafogar a justiça, porque “a globalização da economia, de que decorre uma velocidade cada vez maior e diversificada de relações negociais e conflitos daí decorrentes demandará soluções mais rápidas e tomadas de maneira o mais informal possível”.

Aliás, o incentivo aos meios consensuais no âmbito das relações de consumo não é novidade do Código consumerista, porquanto já nas diretrizes da ONU de 1985, havia a clara recomendação à utilização de meios que assegurassem ao consumidor condição de igualdade perante o fornecedor e que lhes possibilitasse efetiva reparação do dano, de forma célere e pouco dispendiosa. Nas palavras de Eliana Cáceres (1994, p. 65), as diretrizes estabelecidas preveem que os governos devem estabelecer “medidas jurídicas e ou administrativas para que os consumidores ou suas organizações representativas obtenham compensação, mediante procedimentos oficiais e extra-oficiais [sic] e que esses procedimentos sejam ágeis, justos, baratos e acessíveis”. Evidencia-se, assim, já nas diretrizes da ONU, o estímulo à utilização de meios mais adequados de resolução de conflitos, no intuito de proporcionar ao consumidor a tutela efetiva de seus direitos.

Em 1º de dezembro de 2010, foi publicada a Resolução 125 do Conselho Nacional de Justiça, emendada em 2013, que instituiu a Política Judiciária Nacional de tratamento

¹¹ Art. 4º - A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

III - III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo.

¹² Utiliza-se o termo alternativo por ser o termo utilizado pela lei consumerista.

adequado aos conflitos de interesses no âmbito do Poder Judiciário. Esta se volta essencialmente ao desenvolvimento de programa de implementação dos meios consensuais de resolução de conflitos, incluindo a sensibilização da população, a capacitação dos operadores, além da informação da população e elaboração de propostas legislativas. Cabe, portanto, ao Conselho Nacional de Justiça, entre outros, tornar obrigatória a utilização de meios autocompositivos por todos os Tribunais de Justiça estaduais, estabelecendo as diretrizes a serem observadas (LUCHARI, 2012). Neste contexto, a Resolução impõe aos Tribunais a criação de núcleos permanentes de métodos consensuais de solução de conflitos e centros judiciários de solução de conflitos e cidadania, medida que causou grande impacto aos órgãos judiciários, visto que impunha uma significativa mudança cultural (CALMON, 2015).

De acordo com Petrônio Calmon (2015), a resolução traz a mais acertada e ousada interpretação acerca da garantia constitucional de acesso à justiça, já que considera que o acesso à justiça não é apenas o direito de acesso ao Poder Judiciário. No mesmo sentido, Mariana de Freitas Souza e Wilson Pimentel (2016) apontam que a Resolução 125, de 2010, de forma inovadora veio para organizar os meios adequados para a resolução dos conflitos, tendo como premissa o acesso à justiça, enterrando a ideia de justiça atrelada a uma decisão judicial.

Em 2015, foi promulgada a Lei 13.140, Lei da Mediação, que entrou em vigor em dezembro de 2015 e o novo Código de Processo Civil, que entrou em vigor em março de 2016, os quais estabelecem as direções para a prática da mediação dentro e fora do processo judicial. A Lei da Mediação tem o condão de regulamentar a mediação como meio de solução de conflitos, tanto no âmbito judicial como extrajudicial. Na primeira versão do projeto de lei ainda era utilizada a denominação “meio alternativo” para qualificar a mediação, porém no substitutivo apresentado optou-se pelo termo “adequado” e, ao final, o texto foi aprovado com a definição de mediação como meio de solução de conflitos (ALMEIDA, PANTOJA, ANDRADE, 2015). Ainda, trata da autocomposição dos conflitos no âmbito da administração pública. Embora a lei admita a composição dos conflitos em que for parte pessoa jurídica de direito público, não ocorre por meio de mediação, mas sim por meio de outros meios consensuais, porquanto existem limites à resolução consensual de conflitos nesta esfera tais como: indisponibilidade dos interesses públicos, imposição de publicidade, impessoalidade, poderes para realizar acordo e vantagens na sua realização. Os tipos de conflitos que poderão ser encaminhados para composição, deverão constar de um regulamento a ser criado por cada ente federado. Em relação aos conflitos envolvendo a administração pública federal direta, suas autarquias e fundações, a lei autoriza a realização de transação por adesão, ou seja, as partes

consentem em finalizar uma demanda utilizando-se de regras criadas e aplicadas em outros casos iguais, ou seja, por meio de um negócio jurídico (SPENGLER, 2016).

O Código de Processo Civil, como demonstra a exposição de motivos, deu ênfase à possibilidade de as partes dirimirem o conflito pela via da mediação ou da conciliação, entendendo o legislador que a satisfação efetiva das partes pode dar-se de modo mais intenso se a solução é por elas criada e não imposta pelo juiz (SENADO, 2010). Nos debates legislativos acerca do novo Código, havia recorrente menção à importância dos meios consensuais. Leonardo Cunha e João Lessa (2014) destacam que ainda no projeto havia forte valorização do consenso e uma preocupação não apenas com o julgamento, mas com a efetiva resolução do conflito. Assim, no rol das normas fundamentais do processo civil, determina a lei processual que “a mediação e outros métodos de solução consensual de conflitos deverão ser estimulados por juízes, advogados, defensores públicos e membros do Ministério Público, inclusive no curso do processo judicial” (BRASIL, 2015).

A mediação geralmente é um meio não hierarquizado de solução de conflitos, em que duas ou mais pessoas, com a colaboração de um terceiro apto e imparcial, o mediador, expõe o problema, são questionadas, dialogam e procuram, conjuntamente, identificando os interesses em comum, se possível, colocar um fim ao litígio por meio do acordo (VASCONCELOS, 2008). Não se confunde com a conciliação que é desenvolvida para incentivar, facilitar e auxiliar as partes a chegarem a um acordo. O conciliador tem participação efetiva na proposta da solução e o procedimento tem por escopo a solução do conflito que é apresentado pelas partes (CALMON, 2015).

A lei processual, assim como a lei da Mediação estabelecem o conceito de mediação¹³, no qual se verificam elementos essenciais deste meio de resolução de conflitos, ou seja, o protagonismo das partes na busca da solução que lhes satisfaça, o papel do mediador apenas como um facilitador do diálogo e a finalidade do procedimento, que visa não apenas a solução da controvérsia, mas o reestabelecimento do diálogo entre as partes, com o objetivo de evitar novos conflitos (ALMEIDA; PANTOJA, 2016).

¹³ Art. 165, § 3º, CPC - O mediador, que atuará preferencialmente nos casos em que houver vínculo anterior entre as partes, auxiliará aos interessados a compreender as questões e os interesses em conflito, de modo que eles possam, pelo restabelecimento da comunicação, identificar, por si próprios, soluções consensuais que gerem benefícios mútuos.

Art. 1º - Parágrafo único, Lei da Mediação - Considera-se mediação a atividade técnica exercida por terceiro imparcial sem poder decisório, que, escolhido ou aceito pelas partes, as auxilia e estimula a identificar ou desenvolver soluções consensuais para a controvérsia.

Nesse aspecto, não existe apenas um modelo de mediação, os quais se diferenciam pelos seus escopos. O primeiro modelo é conhecido como modelo de *Harvard*, ou modelo linear, que teria como único objetivo o acordo, de modo que todo o procedimento é desenvolvido para possibilitar a solução da controvérsia. Caso o consenso não seja obtido, a mediação é tida como frustrada (ALMEIDA; PANTOJA, 2016). O mediador atua como um facilitador da comunicação entre as partes, auxiliando-as a entender suas reais posições e interesses, estimulando, assim, a proposta de soluções para o conflito, com o objetivo de obter um acordo (LUCHIARI, 2012). Outra forma de abordagem da mediação é a transformativa, na qual o objetivo é o reestabelecimento do diálogo entre as partes, a fim de evitar novos conflitos, ainda que o acordo não seja obtido (ALMEIDA; PANTOJA, 2016). Em síntese, um dos modelos é direcionado ao acordo e o outro direcionado à relação.

Segundo Almeida, Pantoja e Andrade, ao expressar que o mediador auxilia e estimula as partes a identificar ou desenvolver soluções consensuais para a controvérsia, a Lei da Mediação claramente adotou a linha de *Harvard*, tendo a mediação o acordo como seu fim primordial (ALMEIDA; PANTOJA; ANDRADE, 2015). Este entendimento se coaduna com um dos principais motivos para a regulamentação da mediação no Brasil, ou seja, ser um mecanismo de desafogo do Poder Judiciário. Aliás, ao elencar a busca do consenso com um dos princípios da mediação, o legislador enfatiza a adoção pelo modelo de *Harvard* pela Lei 13.140/2015. Por outro lado, o Código de Processo Civil não teria feito uma opção exclusiva entre os modelos, pois ainda que a clara intenção do legislador fosse buscar uma forma de desafogar o judiciário, a lei processual dá prioridade ao acordo, mas sem tirar o foco da relação entre as partes (ALMEIDA; PANTOJA, 2016).

Ambas as legislações regulamentam o procedimento da mediação desde a propositura da demanda¹⁴, escolha do mediador¹⁵, sessões de mediação¹⁶, homologação do

¹⁴ Art. 334, CPC - Se a petição inicial preencher os requisitos essenciais e não for o caso de improcedência liminar do pedido, o juiz designará audiência de conciliação ou de mediação com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, devendo ser citado o réu com pelo menos 20 (vinte) dias de antecedência. § 5º § 5º O autor deverá indicar, na petição inicial, seu desinteresse na autocomposição, e o réu deverá fazê-lo, por petição, apresentada com 10 (dez) dias de antecedência, contados da data da audiência. Art. Art. 27. Se a petição inicial preencher os requisitos essenciais e não for o caso de improcedência liminar do pedido, o juiz designará audiência de mediação.

¹⁵ Art. 168, CPC - As partes podem escolher, de comum acordo, o conciliador, o mediador ou a câmara privada de conciliação e de mediação. §1º O conciliador ou mediador escolhido pelas partes poderá ou não estar cadastrado no tribunal. §2º Inexistindo acordo quanto à escolha do mediador ou conciliador, haverá distribuição entre aqueles cadastrados no registro do tribunal, observada a respectiva formação. §3º Sempre que recomendável, haverá a designação de mais de um mediador ou conciliador. Art. 4º, Lei da Mediação - O mediador será designado pelo tribunal ou escolhido pelas partes.

¹⁶ Art. 334, 1º, CPC - O conciliador ou mediador, onde houver, atuará necessariamente na audiência de conciliação ou de mediação, observando o disposto neste Código, bem como as disposições da lei de organização judiciária.

acordo¹⁷, bem como os princípios informadores do procedimento¹⁸. Embora existam dispositivos semelhantes, existem também alguns conflitantes¹⁹. Segundo Fernanda Tartuce (2015), as leis não devem se excluir, mas se complementar, segundo a tese do diálogo das fontes. Assim, seria possível a aplicação concomitante do Código de Processo Civil e da Lei da Mediação, mormente porque os dois sistemas apresentam princípios comuns. Segundo a autora, o interprete deverá conduzir sua conclusão aplicando a regra que mais se coadune com os princípios da mediação.

A legislação não condicionou o ingresso no Poder Judiciário à realização de mediação ou conciliação, o que certamente violaria o direito constitucional de ação (TARTUCE, 2015). Apesar disso, determina que antes do oferecimento da defesa, havendo interesse das partes, haverá uma sessão consensual²⁰. Para Humberto Dalla Bernardina de Pinho (2011), para que seja iniciado o procedimento de mediação é indispensável a concordância de ambas as partes, porquanto a voluntariedade é característica essencial da mediação. Em sentido contrário e em consonância com o que dispõe o Código de Processo Civil²¹, uma vez que a lei da Mediação não aborda este tópico, Diogo Assumpção Rezende e Fernanda Medina Pantoja (2016) apontam que a concordância de apenas uma das partes já possibilita o encaminhamento do conflito à mediação, caso o juiz entenda que as particularidades do litígio sugerem ser

§2º - Poderá haver mais de uma sessão destinada à conciliação e à mediação, não podendo exceder a 2 (dois) meses da data de realização da primeira sessão, desde que necessárias à composição das partes. §12º - A pauta das audiências de conciliação ou de mediação será organizada de modo a respeitar o intervalo mínimo de 20 (vinte) minutos entre o início de uma e o início da seguinte. Art. 14, Lei da Mediação - No início da primeira reunião de mediação, e sempre que julgar necessário, o mediador deverá alertar as partes acerca das regras de confidencialidade aplicáveis ao procedimento.

¹⁷ Art. 334, §7º, CPC - § 11. A autocomposição obtida será reduzida a termo e homologada por sentença. Art. 20, Lei da Mediação - O procedimento de mediação será encerrado com a lavratura do seu termo final, quando for celebrado acordo ou quando não se justificarem novos esforços para a obtenção de consenso, seja por declaração do mediador nesse sentido ou por manifestação de qualquer das partes. Parágrafo único. O termo final de mediação, na hipótese de celebração de acordo, constitui título executivo extrajudicial e, quando homologado judicialmente, título executivo judicial.

¹⁸ Art. 166, CPC - A conciliação e a mediação são informadas pelos princípios da independência, da imparcialidade, da autonomia da vontade, da confidencialidade, da oralidade, da informalidade e da decisão informada. Art. 2º, Lei da Mediação - A mediação será orientada pelos seguintes princípios: I - imparcialidade do mediador; II - isonomia entre as partes; III - oralidade; IV - informalidade; V - autonomia da vontade das partes; VI - busca do consenso; VII - confidencialidade; VIII - boa-fé.

¹⁹ Por exemplo, os artigos 28 da Lei da Mediação e artigo 334, §2º do Código de Processo Civil, que tratam do prazo para encerramento da mediação. Enquanto a Lei da Mediação, determina que a mediação deve encerrar no prazo de 60 dias, o Código de Processo Civil, determina que procedimento não pode exceder o período de 2 meses.

²⁰ Art. 334, CPC - Se a petição inicial preencher os requisitos essenciais e não for o caso de improcedência liminar do pedido, o juiz designará audiência de conciliação ou de mediação com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, devendo ser citado o réu com pelo menos 20 (vinte) dias de antecedência. Art. 27, Lei da Mediação - Se a petição inicial preencher os requisitos essenciais e não for o caso de improcedência liminar do pedido, o juiz designará audiência de mediação.

²¹ Art. 334, § 4º, CPC - A audiência não será realizada:

I - se ambas as partes manifestarem, expressamente, desinteresse na composição consensual.

benéfico o emprego do método.

Não obstante o legislador não tenha tornado a mediação obrigatória, uma vez que não condiciona o ingresso no Poder Judiciário à sua realização prévia, o Código de Processo Civil, determina que, caso as partes tenham manifestado a intenção de participar do procedimento, o não comparecimento injustificado será considerado ato atentatório à dignidade da justiça²². Assim, de acordo com Diogo Assumpção Rezende e Fernanda Medina Pantoja (2016, p. 148), com esse formato “o legislador instituiu um sistema de “semicompulsoriedade” de submissão à mediação”²³.

Para Fernanda Tartuce (2015), a imposição desta sanção é questionável, porquanto a parte ficaria compelida a comparecer à sessão para tentar um acordo por medo da sanção pecuniária, ao invés de comparecer pela sua disposição em tentar compor o litígio. Contrária a tal entendimento, Valeria Ferioli Lagrasta Luchiarì (2012), aduz que não obstante o comparecimento à sessão seja obrigatório, com a previsão de sanção para o não comparecimento, a efetiva participação no procedimento e a celebração do acordo dependem exclusivamente da vontade da parte, de modo que não há como concluir que a referida imposição legal macule a voluntariedade da parte.

No tocante aos conflitos que poderão ser mediados, a atual legislação que regulamenta a mediação permite a sua utilização em conflitos nas mais diversas áreas, devendo o objeto versar sobre direitos disponíveis ou sobre direitos indisponíveis que admitam transação²⁴ (FROTA, 2016). Além disso, poderá ser aplicada tanto aos casos de relações de trato sucessivo, como para relações esporádicas, uma vez que a lei processual aduz que a mediação será preferencialmente adotada em relações marcadas por um vínculo pretérito entre as partes²⁵. Desta forma, a legislação diferencia a mediação da conciliação, ao determinar que a conciliação acontecerá, preferencialmente, nos casos em que não houver vínculo anterior entre

²² Art. 334, §8º, CPC - O não comparecimento injustificado do autor ou do réu à audiência de conciliação é considerado ato atentatório à dignidade da justiça e será sancionado com multa de até dois por cento da vantagem econômica pretendida ou do valor da causa, revertida em favor da União ou do Estado.

²³ Ao contrário dos autores, entende-se não ser possível falar em sistema “semi-compulsório” porquanto ele é compulsório ou não. No caso, não há compulsoriedade, uma vez que a parte ainda poderá manifestar o seu desejo de não participar do procedimento quando ele for efetivamente iniciado.

²⁴ Art. 3º Pode ser objeto de mediação o conflito que verse sobre direitos disponíveis ou sobre direitos indisponíveis que admitam transação.

²⁵ Art. 165, §3º, CPC - O mediador, que atuará preferencialmente nos casos em que houver vínculo anterior entre as partes, auxiliará aos interessados a compreender as questões e os interesses em conflito, de modo que eles possam, pelo restabelecimento da comunicação, identificar, por si próprios, soluções consensuais que gerem benefícios mútuos.

as partes²⁶ (TARTUCE, 2015).

Não há, portanto, uma limitação formal para a utilização da mediação em determinados conflitos, uma vez que são sempre decorrentes das relações humanas e estas devem ser preservadas (ALMEIDA; PANTOJA; ANDRADE, 2015). Assim, a mediação prioriza a autonomia dos próprios envolvidos desde a escolha do meio mais adequado para a solução do conflito. Ademais, inexistente no procedimento imperatividade ou coercitividade capaz de macular a vontade das partes, de modo que a mediação será técnica muito bem-vinda para a solução de conflitos de toda natureza, inclusive, os decorrentes das relações de consumo (FIGUEIRA JÚNIOR, 2001).

De outro lado, José Osmir Fiorelli (2008) aponta que a mediação não deve ser usada em casos em que há grande disparidade de poder, como pode muitas vezes ocorrer na relação de consumo. Na mesma linha de entendimento Diogo Assumpção Rezende de Almeida, Fernanda Medina Pantoja, Juliana Loss de Andrade (2015) advertem que o seu uso deve ser questionado quando existe um desequilíbrio entre as partes que pode ser de natureza econômica ou técnica, física ou psicológica. Adota este entendimento Fernanda Tartuce (2015), apontando que se uma das partes não tem conhecimentos relevantes e tem pouco ou nenhum poder em relação à outra parte, pode haver uma situação de desequilíbrio entre os mediandos, capaz de comprometer o resultado da mediação, no sentido de se obter um acordo equânime e satisfatório para ambos. Nestes casos, o acesso ao Judiciário poderia compensar o desequilíbrio de forças. Seguindo esta linha de entendimento, Petrônio Calmon (2015) aponta que havendo desequilíbrio entre os envolvidos, a via judicial pode ser a solução mais adequada.

De acordo com Irapuã Santana do Nascimento da Silva (2016), caso não haja equilíbrio na relação jurídica, não haverá mediação, mas sim o uso da força pela parte que tiver interesse em conseguir uma solução mais vantajosa no processo judicial. Segundo o autor, a disparidade poderia afetar a mediação, pois a parte mais pobre pode precisar da indenização que postula imediatamente e, mesmo ciente que receberá menos do que poderia vir a receber, seria levada a transacionar de forma a acelerar o pagamento. Além disso, pode ser forçada a compor porque não detém recursos para financiar o litígio.

²⁶ Art. 165, § 2o, CPC - O conciliador, que atuará preferencialmente nos casos em que não houver vínculo anterior entre as partes, poderá sugerir soluções para o litígio, sendo vedada a utilização de qualquer tipo de constrangimento ou intimidação para que as partes conciliem.

Entretanto, entende-se em sentido contrário. Se existe um desequilíbrio na relação de consumo, deve-se buscar reestabelecer o equilíbrio dando ao consumidor instrumentos e mecanismos de superação desse desequilíbrio (ALMEIDA, 2003). Nesse contexto, a mediação é um destes instrumentos, porquanto não estarão em pauta teses formuladas por advogados altamente qualificados e com elevado custo, nem serão julgados por árbitros pagos pelo fornecedor, mas as próprias partes estarão sentadas frente a frente para buscar a solução do conflito que atenda a ambos os interesses.

Ainda que a legislação exija do mediador a imparcialidade²⁷, Luis Alberto Warat (2004, p. 65) afirma que “sendo, a do mediador, uma intervenção amorosa, não tem muito sentido falar em imparcialidade, de um modo parecido ao modo em que a neutralidade se reclama como postura do juiz.” Nesse contexto, uma das funções do mediador é o reforço da parte mais frágil do conflito, de modo a reequilibrar a posição dos conflitantes (SPENGLER, 2016). Assim, se ao mediador é recomendado promover o equilíbrio entre os litigantes para “propiciar condições ao mais fraco de enfrentar as opressões do mais poderoso” (FIORELLI; FIORELLI; MALHADAS JÚNIOR, 2008, p. 149-50), estaria garantido o equilíbrio entre as partes durante o procedimento.

A obrigatoriedade da presença do advogado ou defensor público nas sessões de mediação, estabelecida pela legislação²⁸, também contribui para a manutenção do equilíbrio entre as partes. Neste aspecto Valéria Ferioli Lagrasta Luchiari (2012) refere que a participação dos advogados é imprescindível, pois é esta participação que conferirá segurança jurídica aos acordos, porquanto apenas eles podem aconselhar as partes quanto aos melhores termos a serem utilizados de forma a garantir a exequibilidade do acordo.

No entanto, para que esta presença venha a ser benéfica é necessário que o profissional tenha em mente que a principal função do operador do direito é a solução de problemas (TARTUCE, 2013) e sua atuação deve ser pautada com esse intuito. O advogado deve atuar no sentido de esclarecer as dúvidas que se apresentem, contribuindo para um acordo baseado em fundamentos jurídicos válidos (VASCONCELOS, 2008). Nesse sentido o Código de Ética da Ordem dos Advogados do Brasil, determina ser dever do advogado “estimular a

²⁷ O artigo 2º da Lei da Mediação determina que a mediação será orientada pelo princípio da imparcialidade do mediador.

²⁸ Art. 334, §9º, CPC - As partes devem estar acompanhadas por seus advogados ou defensores públicos. Art. 26, Lei da Mediação - As partes deverão ser assistidas por advogados ou defensores públicos, ressalvadas as hipóteses previstas nas Leis nºs 9.099, de 26 de setembro de 1995, e 10.259, de 12 de julho de 2001. Parágrafo único. Aos que comprovarem insuficiência de recursos será assegurada assistência pela Defensoria Pública.

conciliação entre os litigantes, prevenindo, sempre que possível a instauração de litígios” (CONSELHO FEDERAL DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL, 2015).

Um dos grandes obstáculos para a utilização mais intensa da mediação é a formação acadêmica dos operadores do direito, que ainda dá maior ênfase à solução do litígio por meio da via judicial (WATANABE, 2005). Espera-se que, daqui para frente, haja uma mudança deste cenário, tendo os advogados maior consciência que suas principais funções “além de representar e patrocinar o cliente (como advogado, defensor e conselheiro), é conceber o *design* de um enquadre que dê lugar a esforços colaborativos” (TARTUCE, 2013, p. 4).

A partir da regulamentação da mediação, autores como Fernanda Tartuce (2015) e Carlos Eduardo de Vasconcelos (2014) entendem que houve a instituição de um sistema multiportas entre nós, o qual constitui uma forma de organização judiciária, em que as partes devem necessariamente passar por uma triagem antes de optarem por um dos procedimentos colocados à sua disposição. Assim, serventários do tribunal verificariam qual o procedimento mais adequado ao caso apresentado, antes de ser iniciado qualquer procedimento (LUCHIARI, 2012). Nesse contexto, segundo André Gomma de Azevedo (2004), aos poucos o juiz passa a, além de prolatar sentenças, ser um gestor de conflitos.

Contudo, no sistema americano, que inspira o Código de Processo Civil, trata-se da possibilidade do gerenciamento de litígios e não de processos. Parte-se da noção de que determinados casos “dentro de um quadro de diversidade e graus de complexidade” merecem ser direcionados para a via adequada para sua resolução (NUNES, SILVA, RODRIGUES JUNIOR, OLIVEIRA, 2016). Assim, compreende-se que, não obstante a regulamentação da mediação no Brasil, ainda não é possível falar-se em Tribunal Multiportas, pois ainda que as partes envolvidas em um conflito possam optar por um método consensual para a resolução, ainda não existe uma organização judiciária para a triagem dos litígios.

2.3 A (IN)EFETIVIDADE DA MEDIAÇÃO COMO MEIO DE RESOLUÇÃO DOS CONFLITOS CONSUMERISTAS: UMA REFLEXÃO NECESSÁRIA

Em países como Portugal e Espanha a proteção do consumidor, assim como no Brasil, é assegurada constitucionalmente. Em vista desta proteção, entendeu-se, nestes países, que os direitos assegurados ao consumidor apenas poderão alcançar efetividade se, junto à

proteção legal, existir um sistema idôneo de reconhecimento que possibilite sua concretização (CEBOLA, 2014), com o acesso à mecanismos que possibilitem solucionar os conflitos atendendo às especificidades que os caracterizam (CEBOLA, 2012). Assim, nos dois países europeus, existe legislação específica para regulamentar a mediação nos conflitos de consumo.

Em virtude de a mediação dos conflitos de consumo ainda ser pouco difundida no Brasil, os exemplos de Espanha e Portugal serão utilizados para demonstrar como a mediação pode ser uma importante via para a solução destas controvérsias, considerando sua efetividade nestes países.

Em Portugal, a mediação tem sido cada vez mais utilizada como meio de resolução de conflitos, especialmente no âmbito dos conflitos de consumo. O marco essencial na evolução da mediação, pelo seu caráter simbólico, foi a regulamentação no Código de Processo Civil, por meio da Lei 29/2009, de 29 de junho, que transpõe a Diretiva 2008/52/CE do Parlamento Europeu e do Conselho (CARVALHO, 2011). A referida diretiva, que é chamada de “regulamentação-quadro”, porquanto serve de base para que os Estados criem as suas próprias leis realizando a sua transposição legal, determina em seu preâmbulo que cabe aos estados-membros da União Europeia criar mecanismos para facilitar o acesso à justiça.

Outro grande passo para a consagração legal da mediação se deu com a criação dos Julgados de Paz, por meio da Lei 78/2011, alterada pela Lei 54/2013. No âmbito do Direito do Consumidor, especificamente, em 2013, a Diretiva 2013/11/EU veio para regular os meios os meios alternativos de resolução dos litígios (RAL) nos conflitos de consumo, sendo transposta para a ordem jurídica nacional pela Lei 144/2015²⁹ (FROTA, 2016).

A mediação de consumo, em Portugal, apresenta algumas características que a diferenciam da mediação em geral, frutos da especificidade dos conflitos que visa resolver, mas que não impedem a sua qualificação como mediação. A principal diferença está no fato de o mediador poder apresentar propostas e até explicar o direito aplicável às partes. No entanto, entende-se que para que haja mediação é essencial o mediador se enquadrar no mesmo nível do que as partes, sem poderes de autoridade, mantendo a liberdade dos envolvidos em todas as

²⁹ Art. 1º - A presente lei transpõe para a ordem jurídica nacional a Diretiva 2013/11/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de maio de 2013, sobre a resolução alternativa de litígios de consumo, que altera o Regulamento (CE) n.º 2006/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de outubro de 2004, e a Diretiva 2009/22/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de abril de 2009, estabelecendo os princípios e as regras a que deve obedecer o funcionamento das entidades de resolução alternativa de litígios de consumo e o enquadramento jurídico das entidades de resolução extrajudicial de litígios de consumo em Portugal que funcionam em rede.

fases do procedimento. A partir daí, poderão existir vários níveis de intervenção do mediador, mas ativa ou mais passiva a depender do caso, o que consiste em uma das vantagens deste procedimento, sem que isso macule a qualificação da mediação de consumo, como mediação (CARVALHO, FERREIRA, CARVALHO, 2017).

Ela acontece essencialmente no âmbito dos Centros de Arbitragem de Conflitos de Consumo (CEBOLA, 2014). Existem centros que estão habilitados para resolver conflitos de consumo, de forma genérica, tendo limitação territorial de competência e centros que podem atuar em todo território, mas possuem competência limitada em razão da matéria (CEBOLA, 2012). A resolução dos litígios é dividida em duas etapas, com a aplicação sucessiva de diferentes mecanismos. Inicialmente, tenta-se o acordo por meio de mediação e, caso inexitosa, o árbitro faz uma tentativa de conciliação antes de iniciar o julgamento arbitral³⁰ (FROTA, 2016).

Além destes, no âmbito judicial, os Julgados de Paz, regulados pela Lei 78/2001, alterada pela Lei 54/2013, constituem uma via adicional para a resolução de conflitos de consumo em Portugal, colmatando as limitações territoriais dos centros de arbitragem regionais, porquanto têm sido progressivamente instalados e se ambiciona que possam abranger todo território nacional (CEBOLA, 2012). Em matéria de consumo, são competentes para ações destinadas a efetivar o cumprimento de uma obrigação, relativas ao incumprimento contratual ou relativas à garantia geral das obrigações, nos termos das alíneas a, i e j, do artigo 9º, n.1, da Lei 78/2001³¹. No entanto, nos termos do artigo 16, n. 3³², é possível a submissão de conflitos

³⁰ Na arbitragem o controle do processo e o poder decisório são confiados ao árbitro. Os centros de arbitragem de consumo permitem que as empresas emitam uma declaração por meio da qual aderem plenamente ao centro. A semelhança da proposta emitida pela empresa aderente, a aceitação de consumidor tem que se revestir da forma escrita, podendo, no entanto, ser tácita. Assim, se o consumidor apresenta um requerimento no centro arbitral, a qual a empresa aderiu, significa que aceitou tacitamente a proposta contratual da empresa, celebrando naquele momento a convenção arbitral. No caso de serviços públicos essenciais a Lei 6/2011, prevê que os litígios de consumo no âmbito dos serviços públicos essenciais estão sujeitos à arbitragem necessária ou potestativa (CARVALHO, FERREIRA, CARVALHO, 2017). No Brasil, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, artigo 51, inciso VII, é nula de pleno direito a cláusula contratual que determine a utilização compulsória de arbitragem.

³¹ Artigo 9º - Em razão da matéria

1 - Os julgados de paz são competentes para apreciar e decidir:
a) Ações que se destinem a efetivar o cumprimento de obrigações, com exceção das que tenham por objeto o cumprimento de obrigação pecuniária e digam respeito a um contrato de adesão;
(...)
i) Ações que respeitem a incumprimento contratual, exceto contrato de trabalho e arrendamento rural;
j) Ações que respeitem à garantia geral das obrigações.

³² Art. 16, n.3 - O serviço de mediação é competente para mediar quaisquer litígios que possam ser objeto de mediação, ainda que excluídos da competência do julgamento de paz.

excluídos de sua competência, podendo, assim, aplicar-se a qualquer conflito de consumo, independentemente do valor ou do reclamante, mediante o pagamento de uma taxa (CEBOLA, 2014).

A mediação pode acontecer antes da propositura da ação, contemporânea a ela, ou extrajudicialmente e também de forma antecedente à propositura da ação judicial ou arbitral (GOUVEIA, 2016). Uma das particularidades dos julgados de paz diz respeito à previsão da mediação como uma fase prévia e facultativa ao julgamento do processo, nos termos do artigo 49 da Lei 78/2001, segundo o qual, uma vez recebido o pedido e iniciado o processo no julgado de paz, será realizada uma pré-mediação, desde que qualquer uma ou ambas as partes não tenham previamente afastado esta possibilidade. Assim, a mediação é uma fase prévia e facultativa ao julgamento do processo, a fim de estimular a resolução do conflito pelas próprias partes, mesmo relativamente a conflitos excluídos de sua competência (CEBOLA, 2014). No ano de 2014, de um total de 9.708 processos findos, 1664 foram por meio de mediação. Em 2015, dos 9.149 processos encerrados, 1664 foram por meio da mediação³³.

Lurdes Guerra e Pedro Cunha (2011) realizaram relevante investigação que teve como objetivo conhecer a mediação no âmbito dos julgados de paz em Portugal, a partir da percepção dos atores da justiça, juízes de paz, mediadores e advogados. Os resultados obtidos revelam que existe entre os investigados uma percepção positiva sobre a utilidade da mediação frente aos seus propósitos, sendo que no que respeita ao serviço de mediação, entre os inquiridos, foi unânime à percepção positiva quanto à sua utilidade. Ainda os mediadores apontam uma melhora do relacionamento entre as partes mediadas, cumprindo-se, assim, os propósitos da mediação.

Na Espanha, a utilização da mediação como meio de resolução de conflitos de consumo nasce da proteção constitucional assegurada ao consumidor no artigo 51³⁴. Segundo Marta Blanco Carrasco (2009) é justamente a exigência constitucional que justifica a aplicação da mediação aos conflitos de consumo, porquanto permite, em certos casos, uma resposta mais adequada do que os meios tradicionais, que nem sempre conseguem acompanhar as

³³ Nos dados estatísticos fornecidos pela Direção Geral de Política de Justiça, o número de processos que ingressaram nos julgados de paz estão divididos por matéria, de acordo com o artigo 9º da Lei 78/2011, bem como pelo valor da ação. No entanto, no número de processos findos, não existe a mesma divisão. Assim, não é possível apurar quantos dos processos findos por mediação eram relativos às alienas a, i e j, onde se enquadram as matérias relativas aos conflitos de consumo. Ademais, como referido, os julgados de paz admitem processos que excluídos de sua competência.

³⁴ *Art. 51 - Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.*

necessidades sociais. No mesmo sentido, Manuel Izquierdo Carrasco (2014) afirma que não basta que os consumidores tenham um amplo rol de direitos reconhecidos. É necessário garantir a efetividade destes direitos, possibilitando meios adequados de defesa e, nesse aspecto, teria a mediação relevante papel.

Esta especial atención deriva de la constatación de que los procedimientos para la defensa del amplio elenco de derechos reconocidos a los consumidores no eran adecuados en determinados litigios de consumo, especialmente los de menor cuantía, por lo que se hacía necesario buscar no solo la mejora y simplificación de dichos procedimientos, sino desarrollar otras alternativas que aportasen otras bases conceptuales, otras metodologías de intervención y otras técnicas más apropiadas y más flexibles (CARRASCO, 2009, p. 135).

As leis que regulamentam o sistema de arbitragem dirigidos a resolução dos conflitos advindos das relações de consumo, Lei nº 26/1984, Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, o Real Decreto 636/1993, e, mais recente, o Real Decreto 321/2008, tratam da mediação, como um procedimento prévio ao julgamento arbitral (ZORNOZA, 2015). Assim, na Espanha, tal como em Portugal, a mediação dos conflitos de consumo está necessariamente inserida no procedimento arbitral no âmbito das Juntas Arbitrais de Consumo (CARRASCO, 2014).

A Lei Geral de Defesa dos Consumidores, o *Real Decreto Legislativo 1/2007*, não contém nenhuma referência à mediação. Como a competência para legislar em matéria de Direito do Consumidor é exclusiva das *Comunidades Autónomas* (CARRASCO, 2014), são os *Estatutos del Consumidor* ou *Leyes Autonómicas de Protección del Consumidor* que fazem menção a mediação no âmbito das relações de consumo, mas sem regulamentar o procedimento. Segundo Paula Broseta Barrachina (2015) a ausência de regulamentação detalhada do procedimento, se deve a flexibilidade que caracteriza a mediação em matéria de consumo, de modo que o procedimento sempre se adaptará às peculiaridades dos conflitos e à vontade das partes.

O sistema arbitral é considerado institucional, uma vez que é organizado, financiado e mantido pela administração pública e existe no âmbito nacional, das comunidades e dos municípios. Cada junta será organizada de acordo com a conveniência do ente, desde que respeitada à legislação que regulamenta as juntas arbitrais (GOUVÊA NETO, 2015). Para Flávio Gouvêa Neto (2015) o fato de ser o Estado quem presta o serviço garante a independência dos árbitros e transparência do sistema reforça a confiança do consumidor no sistema.

Além disso, a mediação nos conflitos de consumo pode acontecer no âmbito dos órgãos integrantes da Administração Pública, com competência para a proteção do consumidor, as *Hajas Oficiales de Reclamaciones de Consumo*, bem como em *Asociaciones de Consumidores*, que têm competência para a resolução de conflitos em que figurem como partes seus sócios (CARRASCO, 2014). Ainda, as Oficinas Municipais de Informação ao Consumidor, que têm como principal função informar os consumidores acerca de seus direitos, podem mediar conflitos entre consumidores e fornecedores, antes de iniciado o procedimento arbitral ou o processo judicial (CARRASCO, 2009).

O sistema espanhol encontrou uma forma de tornar a arbitragem atrativa, tanto aos consumidores quanto aos fornecedores, sem macular seu caráter voluntário. O *Real Decreto* 636/93, no intuito fomentar a utilização da via arbitral, criou um distintivo, conhecido como *contraseña*, que é outorgado às empresas que se obrigam à submissão ao sistema arbitral mediante oferta pública³⁵. As empresas usam este distintivo, que consiste em um selo em que três setas brancas convergem para o centro de um quadrilátero alaranjado, com fins publicitários, como um atrativo que agrega segurança aos seus produtos (LEITE, SANTOS, 2015).

Manuel Izquierdo Carrasco (2014) aponta que a efetividade da mediação nas relações de consumo, no âmbito das juntas arbitrais, pode ser demonstrada pelos números obtidos. No ano de 2007 as juntas arbitrais receberam 61.759 solicitações de arbitragem, sendo que 20,64% foram resolvidas por meio de mediação e 32,27% por laudo arbitral. No ano de 2013 o sistema arbitral de consumo espanhol recebeu 122.361 reclamações, dos quais 65.124 conflitos foram resolvidos por meio de um laudo arbitral, 22.237 por meio de mediação e 16.930 arquivados sem resolução (GOUVÊA NETO, 2015).

³⁵ Artículo 7

1. Las Juntas Arbitrales de Consumo otorgarán un distintivo oficial a quienes realicen ofertas públicas de sometimiento al sistema arbitral de consumo.
2. Cada Junta Arbitral de Consumo dispondrá de un libro debidamente numerado, en el que se harán constar los datos de las empresas o entidades que disponen de dicho distintivo, el cual tendrá las características que figuran en el anexo de esta disposición.
3. La renuncia de la oferta pública de sometimiento arbitral se comunicará a la Junta Arbitral a través de la cual se ha formalizado la oferta, por escrito o por medios electrónicos, informáticos o telemáticos, y conllevará la pérdida del derecho a ostentar el distintivo oficial, desde la fecha de comunicación de dicha renuncia.
4. El otorgamiento de los distintivos a las empresas, y su renuncia por éstas, se plasmará en el Diario Oficial que corresponda a dicha Junta.

Ainda assim, segundo Isabel Espín Alba (2013), mesmo os mais ferozes defensores da mediação no âmbito das relações de consumo apontam algumas desvantagens do procedimento, precisamente derivadas de seu caráter informal. As próprias associações de consumidores são bastante resistentes à utilização da mediação, sob o argumento de que os consumidores não se encontram em posição de igualdade perante os fornecedores, o que os poderia levar a um mal acordo. Talvez por conta disso, embora desde o reconhecimento constitucional dos direitos dos consumidores a legislação consumerista venha se desenvolvendo a cada ano e nos últimos anos tenha aumentado o interesse pela mediação, ainda é escassa a referência a ela nas leis de proteção aos consumidores.

No Brasil, não obstante ainda seja pouco difundida a mediação nos conflitos de consumo e exista o entendimento de que não é um meio apto para a solução destes tipos de conflitos, já que na maioria das vezes existe nestes casos uma relação eventual, existem projetos que buscam promover a utilização deste meio de resolução de conflitos, tanto no âmbito judicial, como extrajudicial.

Um exemplo acontece no sistema integrado entre o PROCON-SP e o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, desde setembro de 2015. No caso, o PROCON realiza a conciliação entre consumidores e fornecedores, por meio dos servidores da própria entidade e, caso a conciliação seja inexitosa, a entidade envia o pedido do consumidor ao Poder Judiciário, sem que haja necessidade de ingressar com uma ação judicial individual. Estes casos são encaminhados à mediação no Centro Judiciário de Solução de Conflitos e Cidadania (CEJUSC), ligado ao TJ-SP e, resultando em acordo, este será homologado pelo juiz. De acordo com a diretora executiva do PROCON de São Paulo, este sistema proporciona duas oportunidades de acordo ao fornecedor, que muitas vezes se sentia desconfortável com o acordo no âmbito do órgão de proteção ao consumidor, por entender que a entidade busca privilegiar os interesses do consumidor (LUCHETE, 2015).

A mediação também foi utilizada como meio de resolução de conflitos de consumo, nos sistemas montados nos programas de indenização para os familiares e beneficiários das vítimas de acidentes aéreos ocorridos em 2007 e 2009, com os aviões da empresa TAM (atualmente denominada LATAM) e *Air France*. Construiu-se um sistema composto por procedimentos elaborados de acordo com as necessidades dos consumidores que buscavam reparação por aqueles determinados fatos, no intuito de lhes alcançar eficiência, diminuição dos custos e um tratamento equânime (MICHEL, 2011).

O programa, para reparação aos familiares e beneficiários das vítimas do acidente aéreo ocorrido em 2007 com o voo 3054 da TAM, foi o primeiro programa propriamente dito, realizado no Brasil. Este programa contou com a participação da Defensoria Pública, do Ministério Público, do PROCON do Estado de São Paulo, além da Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça. Em um período de 2 anos, foram pagos os valores acordados aos 207 participantes e familiares dos mortos no acidente (MICHEL, 2011). Baseado nesta experiência, foi montado um programa para a reparação dos danos sofridos por familiares e beneficiários das vítimas do acidente aéreo com o avião da *Air France*, que caiu no oceano Atlântico em 31 de maio de 2009. O resultado final foi obtido por meio da mediação, que contou com a participação da empresa aérea, dos familiares bem como com o aporte do Ministério da Justiça, do Ministério Público do Rio de Janeiro e do PROCON do Estado do Rio de Janeiro. Ao todo, o programa funcionou durante 1 ano e 10 meses. O índice de acordos realizados foi de 98,8%, tendo apenas um familiar declinado do programa. Neste caso concreto a mediação possibilitou lidar com o conflito no momento em que ele surgiu, gerenciando, assim, suas primeiras percepções, evitando que o tempo fosse ainda mais prejudicial aos envolvidos. Todos adotaram postura de cooperação e o esforço comum entre familiares, advogados e empresa, possibilitou que, ao menos, no tocante às indenizações o procedimento fosse rapidamente concluído. A média de tempo entre o ingresso no programa e o efetivo recebimento da indenização devida foi de 3 a 4 meses (FURST, 2014).

Os conflitos emergem de contextos específicos e suas raízes podem ter infinitas possibilidades de modo que o seu desenlace depende de uma vasta gama de interesses e necessidades das partes envolvidas. Assim, nem sempre o remédio judicial é a via mais adequada para a solução do caso concreto ou confere às partes o sentimento de que sua demanda foi solucionada satisfatoriamente (FURST, 2014). Os programas de mediação, como nos exemplos referidos, podem ser uma alternativa vantajosa para ambas as partes. De um lado, para os consumidores, já que pode abreviar o tempo para o recebimento das indenizações devidas³⁶ e proporcionar segurança no pagamento, já que os valores são estipulados com a concordância de todos. De outro, para os fornecedores, uma vez que possibilita um prévio planejamento econômico em relação aos custos com o pagamento das indenizações, garantindo que o negócio não seja surpreendido com o valor fixado pelo juiz (MICHEL, 2011).

Os citados programas de mediação podem proporcionar resultado rápido e

³⁶ No caso do acidente aéreo envolvendo o voo 402 da TAM, ocorrido em 1996, alguns processos judiciais tramitaram por mais de 10 anos no Poder Judiciário.

satisfatório para os litigantes, em sintonia com o incentivo à criação de mecanismos alternativos previstos no inciso V, do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor. Além disso, tem o potencial para assegurar os meios necessários e justos para a reparação dos danos sofridos pelos consumidores, sem que a relação entre ele e o fornecedor seja abalada. Nesse contexto, a mediação, como método de solução de controvérsias, surge como um meio capaz de permitir a solução rápida e eficiente destes novos litígios, acompanhando as novas necessidades dos consumidores. Contudo, para que estes meios de solução de conflitos possam ter resultado, é imprescindível examinar o real interesse das partes em participar do processo e sua disposição para o acordo, caso contrário todo processo estará fadado ao insucesso (MICHEL, 2011).

No Brasil ainda é recente tanto o incentivo a utilização dos meios consensuais como o seu regramento. Outrossim, a legislação brasileira não autoriza de forma explícita a aplicação da mediação aos conflitos de consumo, o que tem gerado controvérsias acerca de sua aplicabilidade.

O desequilíbrio que existe entre as partes na relação de consumo, gera resistência em relação à efetividade da mediação como meio de resolução destes conflitos. Aliado a isso, o fato de a legislação que regulamenta a mediação, Código de Processo Civil e Lei da Mediação deixarem pouco espaço para a adaptação do procedimento ao tipo de conflito a ser mediado, bem como o fato de a legislação determinar que o mediador atuará, preferencialmente, nos casos em que exista um vínculo anterior entre as partes, tem levado à restrição da utilização da mediação como meio de resolução dos conflitos de consumo.

Assim, embora o Código de Defesa do Consumidor, tenha como objetivo a implementação de meios alternativos de solução de conflitos, a utilização da mediação nos conflitos jusconsumeristas não é consenso entre os operadores do direito. No entanto, exemplos como Portugal e Espanha, bem como os programas já montados no Brasil, demonstram que a mediação tem potencial para ser um eficiente meio de solução de conflitos no cenário das relações de consumo.

Por meio da mediação pode ser possível uma aproximação e o diálogo entre o consumidor e o fornecedor (SCHMITT, 2014), permitindo, assim, abordar todos os aspectos do conflito, o que facilitará o alcance do consenso e o cumprimento do acordo. Não são raras as vezes em que os argumentos de venda dos comerciantes se desenvolvem no campo da emoção, enquanto a utilização do bem ou do serviço é avaliada com base na razão. Daí surgem conflitos que a mera interpretação das cláusulas contratuais não consegue solucionar, pois envolvem não

apenas o valor econômico do bem adquirido, mas a tradição, a honra e princípios pessoais (FIORELLI, 2008). O emprego da mediação pode ser eficiente nos conflitos onde existam também questões subjetivas de ordem emocional, por vezes preponderante sobre a questão econômica e nas disputas em que existem vários pontos conflitantes. Assim, além de possibilitar o tratamento dos aspectos objetivos do negócio jurídico, permite levar em consideração os fatores subjetivos da relação existente, o que permitirá a facilidade da comunicação, a manutenção da confiança e a compreensão entre as partes (ALMEIDA, PANTOJA, 2015).

Os litígios decorrentes das relações de consumo podem afetar a vida dos consumidores, mas de outro lado também é provável que acarretem problemas para os fornecedores, que necessitam resolver o conflito da forma menos dispendiosa para o seu negócio, mas de forma eficaz, de modo a salvaguardar seu relacionamento com os clientes e preservar sua imagem, mormente diante de relações continuadas (NASCIMENTO, 2016). Se o consumidor, insatisfeito com determinado comerciante, pode romper com ele sua relação comercial, o consumidor ao qual o comerciante destina tempo a fim de buscar a reparação da lesão de forma justa e equitativa pode voltar a confiar novamente mantendo hígida a relação comercial. Ou seja, o sentimento dos consumidores em relação aos comerciantes tem o poder de penalizar a atividade econômica (NASCIMENTO, 2016) e o estabelecimento de uma boa relação e comunicação podem ensejar a manutenção do vínculo e a possibilidade de negócios futuros (TARTUCE, 2015).

A mediação pode ser essencial para garantir uma solução mais rápida ao consumidor e sem comprometimento da relação mantida entre as partes, o que, por certo, se coaduna não apenas com a ideia de garantia de acesso à justiça (TARTUCE, 2015), mas também com o direito do consumidor à efetiva reparação dos danos. Nas palavras de Ada Pellegrini Grinover (2007) não se trata apenas de um meio alternativo à inacessibilidade, morosidade e custo do Poder Judiciário, mas sim da recuperação de certas controvérsias, como as de consumo, que poderiam não ter uma solução adequada diante da inadequação técnica e processual para solução destas questões. Ademais, nos conflitos contratuais como, por exemplo, em caso de erro da prestação de um serviço ou fornecimento de produtos, ninguém melhor do que as próprias partes para entender qual a solução que pode satisfazê-las. Assim, a mediação poderia ser adequada na busca de soluções criativas e peculiares que seriam mais eficazes ao caso (TARTUCE, 2015). Algumas matérias, portanto, serão mais suscetíveis à mediação e outras à prestação jurisdicional, entretanto não existe uma limitação fixa e absoluta (ALMEIDA, PANTOJA, ANDRADE, 2015).

No entanto, a preocupação excessiva em vincular a mediação à redução do demandismo brasileiro e ligá-la à promessa de celeridade e descongestionamento dos tribunais brasileiros pode distanciá-la do objetivo de promover mudanças nas relações interpessoais das partes envolvidas. Ou seja, a mediação como possibilidade de melhoria das relações interpessoais se voltará tão somente para a resolução do conflito e cederá espaço para o cumprimento de metas numéricas (ORSINI, SILVA, 2016)

O Conselho Nacional de Justiça instituiu metas a serem cumpridas pelo Poder Judiciário, dentre as quais se destaca a que estabelece que os Centros Judiciários de Solução de Conflitos – CEJUSC, homologuem o maior número de acordos pré-processuais, por mediação ou conciliação, que as médias das sentenças homologatórias das unidades judiciárias correlatas. Claramente, o CNJ estimulou o uso da mediação para a realização de acordos, como alternativa para evitar a judicialização de conflitos (ORSINI, SILVA, 2016).

“O risco de introduzir a mediação no sistema jurisdicional é reduzi-la à condição de um mero instrumento a serviço de um Sistema Judiciário em crise, mais do que a paz social” (SPENGLER, 2016). Se a lógica da mediação judicial for a resolução dos conflitos simplesmente para a redução de demandas, ou para garantia da celeridade processual, ela estará fadada a ser mero instrumento de reprodução de acordos, por vezes não satisfatórios, a exemplo do que muitas vezes acontece no âmbito da conciliação judicial. Com o propósito de garantir celeridade e esvaziamento dos tribunais, a mediação judicial corre o risco de insucesso, porque a sua essência é incompatível com a lógica produtivista e adversarial do Poder Judiciário (ORSINI, SILVA, 2016).

O procedimento da mediação deve atender ao tempo das partes, de modo que elas possam amadurecer sua visão sobre o conflito e retomar as relações interpessoais perdidas, por meio do diálogo, o que não pode ser atingido unicamente por acordos ou metas (ORSINI, SILVA, 2016). Nas palavras de Luis Alberto Warat (2004) “a mediação é um processo de sensibilidade que institui um novo tipo de temporalidade, de fazer do tempo um modo específico da auto-alteração.”

A regulamentação e implementação dos meios consensuais de solução de controvérsias, a exemplo de Portugal³⁷ e Espanha, deveria basear-se no objetivo de

³⁷ Sobre a regulamentação da mediação em Portugal, aduz Cátia Marques Cebola: A transferência da competência

proporcionar meios mais adequados à resolução de determinados conflitos diante de suas peculiaridades e complexidade e não como solução para os males que assolam o Poder Judiciário brasileiro. A aposta de que a mediação seria a panaceia para todos os males do Poder Judiciário Brasileiro, especialmente o problema do seu congestionamento, levou a regulamentação da mediação como uma fase do processo, tradicionalmente organizado sob a ótica binária adversarial e litigiosa. Todavia, parece um paradoxo falar em consenso dentro de uma estrutura organizada pela lógica do contraditório³⁸, que carrega a ideia de adversarialidade, de culpado ou inocente, dos binarismos do vencedor ou perdedor (ORSINI, SILVA, 2016). Nesse sentido, Bapstista e Mello (2011) apontam que a estrutura processual pode obstaculizar o consenso, uma vez que é lastreada no contraditório o que pode gerar um paradoxo em face dos meios consensuais.

A este respeito, Petrônio Calmon (2016, p. 136) aduz que o Conselho Nacional de Justiça se equivoca ao tentar criar uma atividade, na sua concepção, impossível, ou seja, a mediação judicial. Para o autor o Poder Judiciário, atualmente não consegue exercer de forma adequada a sua função primordial de julgar e assim “não deveria sequer tentar dar um passo maior do que as pernas; deveria ter se limitado a consolidar a aplicar a conciliação, mecanismo de incentivo ao acordo totalmente compatível com a atividade judicial”. Ainda, aponta que a Resolução 125 do Conselho Nacional de Justiça “contribui para desviar a sociedade do que deveria estar fazendo com liberdade e sem intervenção do estatal, ou seja, buscar mudança de paradigma.” (CALMON, 2016, p. 136).

No mesmo sentido, Humberto Dalla Bernardina de Pinho e Michele Pedrosa Paumgarten (2016), apontam que a institucionalização da mediação acaba por enfraquecer a escolha das partes envolvidas e implica na perda da sua identidade, pois ela passa a se aproximar cada vez mais da adjudicação. Outrossim, um sistema de mediação incidental não parece ser o ideal, já que mesmo assim haveria a movimentação da máquina estatal o que, em muitos casos, poderia ser evitado.

A mediação deveria ser desburocratizada e minimamente regulada, o que

dos tribunais judiciais para os centros de arbitragem justifica-se não como simples medida profilática, para diminuição da procura judiciária e resolução dos problemas inerentes à proclamada “crise da justiça”, mas antes como atribuição da solução dos litígios de consumo as instâncias tecnicamente mais adequadas, com procedimentos céleres e simplificados, ajustados às particularidades desse tipo de conflitualidade (2012, p. 12).

³⁸38 A lógica do contraditório é um método de constituição do saber jurídico e de socialização dos operadores do campo do direito que não se confunde com o princípio do contraditório, embora nele encontre eco e inspiração ((BAPSTISTA, MELLO, p. 114).

viabilizaria uma maior aproximação das pessoas de uma forma diferenciada de resolução de seus conflitos. Nas palavras de Orsini e Silva (2016) a mediação não pode ser encarada como um subproduto da justiça ou como uma política judiciária, mas sim como um serviço universal que não pode ser estimulada apenas como técnica de diminuição de demandas e de celeridade processual.

A mediação precisa ser entendida, vivida, acionada com outra cabeça, a partir de outra sensibilidade, refinada e ligada com todas as circunstâncias, não só do conflito, mas do cotidiano de qualquer existência. Quem vai mediar, precisa estar ligado com a vida” (WARAT, 2004, p. 31)

A mediação é uma proposta transformadora do conflito, porque não busca a solução imposta por um terceiro, mas sim a resolução pelas próprias partes, com o auxílio do mediador. “O que se procura com a mediação é um trabalho de reconstrução simbólica, imaginária e sensível, com o outro do conflito; de produção com o outro das diferenças, que nos permitam superar as divergências e formar identidades culturais” (WARAT, 2004). Não se pode perder de vista sua importância, mormente em uma sociedade cada vez mais complexa, plural e multifacetada, na qual surgem demandas que a cada dia se superam, não apenas em termos quantitativos, mas também qualitativos (SPENGLER, 2016).

3. TESTE EMPÍRICO: ANÁLISE DOS DADOS PRODUZIDOS NA PESQUISA REALIZADA JUNTO AO CENTRO DE CONCILIAÇÃO E MEDIAÇÃO DO TJRS

3.1 MÉTODO E METODOLOGIA: PROJETANDO A CAMINHADA EMPÍRICA.

Afirma-se, ao longo do capítulo dois, que a mediação tem potencial para ser um método adequado para resolução dos conflitos que envolvem relação de consumo. A Lei da Mediação e o Código de Processo Civil, que regulamentam a mediação, não limitam sua utilização em determinados tipos de conflitos, porquanto determinam, respectivamente, que o mediador deverá atuar, preferencialmente, nos conflitos em que existe vínculo anterior entre as partes (artigo 165, §3º), e que pode ser objeto de mediação o conflito que verse sobre direitos disponíveis ou sobre direitos indisponíveis que admitam transação (artigo 3º). Contudo, ainda que inexista na legislação impedimento para que a mediação seja utilizada nos conflitos que envolvem a relação de consumo, a eventualidade presente neste tipo de relação e o desequilíbrio existente entre consumidor e fornecedor levam a entendimento em sentido oposto.

Esses pressupostos³⁹, devidamente elaborados no capítulo anterior, deram origem à formulação do problema de pesquisa, qual seja: a mediação pode ser um meio adequado e efetivo para a solução de conflitos que envolvem relações de consumo?

O problema formulado é pressuposto para a constituição de hipóteses (GUSTIN, 2015), que são afirmações provisórias a respeito do tema objeto da pesquisa. Trata-se de uma afirmação que poderá ser, posteriormente, confirmada ou rejeitada (GOLDENBERG, 2004). Assim, a partir do problema de pesquisa, formulou-se a seguinte hipótese: ainda que a legislação consumerista disponibilize ao consumidor todas as espécies de ações capazes de lhe propiciar adequada e efetiva tutela (artigo 83 do Código de Defesa do Consumidor) e preveja a possibilidade de utilização de meios alternativos de conflitos (artigo 4º, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor), a previsão do Código de Processo Civil, segundo a qual a mediação será utilizado, preferencialmente, nos casos em que exista um vínculo anterior entre as partes, bem como determinadas peculiaridades do consumidor, a exemplo da vulnerabilidade, pode constituir fator impeditivo para a utilização da mediação nos conflitos que envolvem relações de consumo.

³⁹ De acordo com Miray B. S. Gustin (2015) alguns elementos constitutivos da situação-problema são o que chamamos de “pressupostos concenituais” já aceitos e efetivamente conceituados na doutrina, legislação ou literatura especializada.

Como ensina Miracy Gustin (2015) a pesquisa científica deve ser precedida de uma situação problema de real importância que não possa ser resolvida por meio de mera consulta bibliográfica. Nesse aspecto a pesquisa empírica contribui para o avanço ou aprimoramento do conhecimento sobre o mundo e nos permite mudar de perspectiva (RECUERDO, FRAGOSO, AMARAL, 2011). Ela não se dedica apenas a codificações, mas fornece cenários completos da realidade estudada, quer social, econômica ou jurídica. Não se propõe apenas a mensurar a realidade, mas a interpretar a objetividade da realidade sócio-cultural, que não se restringe a dados mensuráveis (GUSTIN, 2015).

(...) o empiricismo nos deu novos olhos para ver coisas que, de outro modo, não veríamos e novos modos para falar uns com os outros sobre o que essas coisas significam; modos de superar nossos limites individuais, mesmo quando estamos observando a nós mesmos e às nossas sociedades (RECUERDO, FRAGOSO, AMARAL, 2011).

Nesse contexto, para responder ao problema de pesquisa formulado, realizou-se pesquisa empírica no âmbito do Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central da Comarca de Porto Alegre, criado em atendimento à determinação da Resolução 125, de 29 de novembro de 2010, do Conselho Nacional de Justiça. O artigo 8º da referida resolução, que dispõe sobre a política judiciária nacional de tratamento adequado dos conflitos de interesses no âmbito do Poder Judiciário, prevê que os Tribunais deveriam criar Centros Judiciários de Solução de Conflitos e Cidadania, denominados centros ou CEJUSCS, os quais seriam, preferencialmente, responsáveis pela realização ou gestão das sessões e audiências de conciliação e mediação.

Considerando os termos da Resolução 125/2010, em 2012, o Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul publicou a Resolução 04/2012, do Órgão Especial, que instituiu os Núcleos Permanentes de Métodos de Solução de Conflitos (NUPMEC). Posteriormente, em 2014, foi publicada a Resolução 1026/2014, alterada pela Resolução 1124/2016, a qual disciplina os Centros Judiciários de Solução de Conflitos (CEJUSC) no âmbito do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul.

Nos termos do artigo 2º, da Resolução 1026/2014, os Centros Judiciários de Solução de Conflitos e Cidadania tem por objetivo implementar a Política Judiciária Nacional de tratamento adequado aos conflitos, como determina a Resolução 125/2010. Estes centros têm competência para atender a demanda processual e pré-processual e devem atuar na prevenção, no tratamento e na solução de conflitos que versem sobre qualquer matéria, sempre que admitida a solução consensual. Até a entrada em vigor do Código de Processo Civil de 2015, o Tribunal de Justiça deveria instalar CEJUSCS em todas as comarcas que possuíssem

cinco ou mais varas, com competência nas áreas cível, fazendária, previdenciária, de família e/ou dos juizados especiais cíveis, criminais e fazendários. Nas comarcas que possuam pelo menos duas unidades judiciais e naquelas de vara única o CEJUSC seria instalado mediante requerimento do magistrado ou magistrados, dirigido ao NUPMEC que decidirá sobre a instalação, ouvida a Corregedoria Geral da Justiça.

Atualmente, no Estado do Rio Grande do Sul, os CEJUSCS, que integram o Núcleo Permanente de Métodos Consensuais de Solução de Conflitos do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, existem em trinta e cinco comarcas. Porto Alegre conta com o CEJUSC do Foro Central, criado em 2014 e do Foro Regional do Partenon, no qual ocorrem apenas mediações de conflitos familiares. Assim, mesmo antes da entrada em vigor da Lei da Mediação e do Código de Processo Civil, a mediação ocorre essencialmente no âmbito dos Centros de Mediação e Conciliação, tanto de forma pré-processual como no curso do processo.

No caso das mediações pré-processuais, o CEJUSC instaura o procedimento a pedido da parte interessada que manifesta, junto ao Centro, o interesse em submeter o conflito no qual está inserida à mediação. Imediatamente é designada uma data para a realização da sessão, da qual é informado o solicitante. Ao convidado, cuja qualificação é informada pelo interessado, é enviada uma carta convite para a sessão apazada. São designadas tantas sessões quantas forem necessárias, desde que as partes manifestem interesse. Cabe referir que o pedido do solicitante não é levado a termo, como ocorria nos Juizados Especiais Cíveis⁴⁰. O pedido é apenas registrado em um formulário com as informações sobre as partes, necessárias para a carta convite, e a matéria objeto do conflito, a fim de que a próprio interessado formule seu pedido por oportunidade da sessão de mediação.

Outrossim, a mediação pode ocorrer no curso de um processo judicial, quando os julgadores podem convidar as partes a submeter o conflito à mediação. Neste caso, o processo é recebido pelo CEJUSC, passa por uma triagem a fim de que se verifique qual a matéria envolvida, sendo então designada a sessão de mediação. Caso seja formulado acordo, os autos retornam ao julgador para homologação do ajuste e, não sendo realizado acordo ou não comparecendo as partes, o processo segue o trâmite normal.

A pesquisa empírica realizada focou-se nos conflitos levados à mediação, no Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central da Comarca de Porto Alegre, entre janeiro de 2015 e dezembro de 2016, tanto no âmbito pré-processual, como no âmbito das mediações realizadas

⁴⁰ De acordo com o artigo 14, §3º, da Lei dos Juizados Especiais, o pedido oral será reduzido a escrito pela Secretaria do Juizado, podendo ser utilizado o sistema de fichas ou formulários impressos.

no curso de processos judiciais. Atenta aos objetivos traçados inicialmente⁴¹, tal aferição teve como finalidade verificar, primeiro, se a mediação tem sido utilizada como método de resolução de conflitos que envolvem relação de consumo e, segundo, se ela tem sido um método efetivo.

Como ensinam Recuerdo, Fragoso e Amaral, (2011) quando se pretende generalizar amplamente os resultados da pesquisa, é preciso trabalhar com uma amostra representativa, ou seja, uma “reconstrução reduzida, porém real, do universo que se deseja investigar. A construção de uma amostra com esse perfil implica na adoção de critérios probabilísticos de seleção e recorte. Outrossim, nenhuma pesquisa é totalmente controlável, com início, meio e fim totalmente previsíveis. A pesquisa engloba processos nos quais é impossível prever todas as etapas (GUSTIN, 2015), mormente quando, obrigatoriamente, parte-se dados coletados por terceiros alheios à pesquisa.

O período analisado limitou-se aos anos de 2015, primeiro ano de funcionamento do CEJUSC e 2016, primeiro ano após a entrada em vigor da Lei de Mediação e Código de Processo Civil. Como referido no segundo capítulo, ao tratar da efetividade da mediação como método de resolução dos conflitos de consumo, a lei processual determina que o mediador deve atuar, preferencialmente, nos conflitos em que existe vínculo anterior. Tal previsão leva a entendimento no sentido de que a mediação não se aplica aos conflitos de consumo, visto que nestes casos a relação seria apenas eventual. Assim, a limitação do período possibilitou analisar, a fim de conformar ou refutar a hipótese proposta, se o advento do Código de Processo Civil foi fator impeditivo para a utilização da mediação nos conflitos que envolvem relações de consumo.

Optou-se pelo CEJUSC do Foro Central da comarca de Porto Alegre, porquanto a capital possui o maior centro do Estado e com competência mais abrangente, sendo que o outro CEJUSC de Porto Alegre, possui competência tão somente para conflitos que envolvem Direito de Família. Pois bem, a aferição do número de processos levados à mediação no CEJUSC do Foro Central de Porto Alegre, de janeiro de 2015 até dezembro de 2016, foi realizada como base nos relatórios elaborados pelo próprio Centro dos quais constam os números dos processos

⁴¹ O projeto da presente pesquisa tinha como objetivos específicos: 1-examinar o procedimento da mediação, como meio adequado de resolução de conflitos de consumo na sociedade do espetáculo; 2-analisar a aplicabilidade da mediação aos conflitos que envolvem relação de consumo, abordando o exemplo de outros países; 3-apurar quantos processos, que tenham como objeto conflitos jusconsummeristas, foram encaminhados para mediação no Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central de Porto Alegre, antes e depois do advento do Novo Código de Processo Civil, analisando qual o resultado obtido; 4- ao final, alcançados os objetivos acima propostos, responder ao problema objeto deste estudo e demonstrar se a mediação tem sido utilizada como meio de resolução dos conflitos jusconsummeristas e se tem se mostrado meio eficaz na resolução destes conflitos.

judiciais que lá ingressaram, bem como o número dos pedidos de mediação pré-processuais. A partir do mês de abril de 2016 a análise teve por base a agenda de mediações realizadas, que foi disponibilizada pelo CEJUSC. Tais informações foram registradas a partir de janeiro de 2015, por meio de planilhas elaboradas e alimentadas de forma manual pelos servidores.

Dos relatórios, disponibilizadas pelo Centro, constam o número de todos os processos judiciais e pedidos de mediação pré-processuais, que ingressaram no CEJUSC no período de janeiro de 2015 a abril de 2016, com exceção dos processos que envolvem Direito de Família, os quais possuem planilhas exclusivas, bem como, em alguns casos, a matéria objeto do conflito e o resultado da mediação. Por outro lado, das planilhas relativas à agenda de mediações realizadas, referentes ao período de abril a dezembro de 2016, não há nenhuma especificação quanto à matéria objeto do conflito.

Assim, uma das dificuldades encontradas para a realização da pesquisa foi a ausência ou a incompletude da classificação dos processos ou conflitos levados à mediação. Ainda que alguns processos estejam classificados, estão meramente classificados como processo cível ou indenizatório, de modo que houve a necessidade de realizar-se uma pesquisa manual, junto ao site do Tribunal de Justiça, para averiguar a matéria objeto de cada controvérsia mediada, fim de poder identificar se se tratava de conflito decorrente de relação de consumo. No tocante aos conflitos mediados, relativos à processos judiciais em curso, além da consulta ao site a fim de averiguar a matéria, consultou-se a sentença de cada um deles, a fim de se certificar da correta descrição da matéria objeto do conflito mediado.

Os relatórios fornecidos pelo CEJUSC informam o resultado da mediação, que nos termos adotados pelo Centro são: (a) acordo, (b) não houve acordo, (c) ausente um dos mediandos, (d) ausente ambos os mediandos, (e) prejudicada ou (f) remarcada. Portanto, no relatório disponibilizado pelo CEJUSC não era possível verificar qual das partes deixou de comparecer à sessão de mediação. No entanto, em consulta ao site do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, foi possível obter os termos das sessões de mediação, das quais consta tal informação.

Para a explanação dos dados obtidos junto ao CEJUSC, optou-se pela formulação de tabelas, as quais serão explanadas no apêndice A, referente à mediação pré-processual e apêndice B, referente à mediação processual. Em relação às mediações pré-processuais são informados o número do pedido (de acordo com a planilha elaborada pelo CEJUSC), a data do pedido, o resultado da mediação, a data da realização da sessão, considerando a data da sessão em que foi obtido algum resultado final, bem como a data do encerramento do pedido

(informações coletadas no *site* do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul). Em relação às mediações processuais, ou seja, realizadas no curso de processos judiciais, por determinação (ou convite) do julgador, são informados o número do processo (de acordo com a planilha elaborada pelo CEJUSC), a data da distribuição do processo, o resultado da mediação, a data da realização da sessão, considerando a data da sessão em que foi obtido algum resultado final, bem como o último andamento do processo (informações coletadas no *site* do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul). Em relação ao andamento do processo, cabe frisar que se procurou descrever a informação capaz de dar a noção do tempo que ainda resta para a finalização do processo ou a própria data da finalização.

Nas mediações pré-processuais optou-se por denominar as partes de solicitante e convidado, porquanto não se trata ainda de um processo judicial. Nas mediações processuais, as partes serão denominadas autor e réu. Assim, as informações referentes ao resultado da mediação serão prestadas da seguinte forma: (a) acordo, (b) não houve acordo, (c) ausência dos mediandos, (d) ausência do solicitante, (e) ausência do convidado, (f) ausência do réu ou (g) ausência do autor. Deixou-se de utilizar a informação “remarcada”, que aparecia nos relatórios elaborados pelo CEJUSC, uma vez que se buscou obter apenas o resultado final da mediação.

Desta forma, foi possível verificar o comportamento das partes em relação às sessões designadas, tanto em mediações pré-processuais, requeridas pelos mediandos, como nos casos em que a participação no procedimento foi sugerida pelo juiz. Também foi possível apurar o tempo de tramitação dos pedidos de mediação pré-processual junto ao CEJUSC, bem como o tempo de tramitação de um processo judicial no qual as partes não tenham chegado ao acordo na mediação.

Ainda, com base nestas informações, analisou-se se nos processos judiciais ou pedidos de mediação pré-processual mediados, houve acordo. Ainda que o acordo não seja a única finalidade da mediação, já que no modelo de mediação transformativa, o objetivo é o reestabelecimento do diálogo entre as partes, a fim de evitar novos conflitos, adotou-se o acordo como critério para verificação da efetividade da mediação. Tal escolha parte do modelo adotado pela lei da Mediação, modelo de Harvard⁴², que tem o acordo como fim primordial e elenca a busca do consenso como um dos princípios informadores da mediação. A este respeito, cabe frisar que de acordo com Luis Alberto Warat (2004), a mediação não tem como objetivo tão

⁴² Enquanto o Código de Processo Civil, não fez uma opção exclusiva entre os modelos, a Lei da Mediação, ao expressar que o mediador auxilia e estimula as partes a identificar ou desenvolver soluções consensuais para a controvérsia, adotou claramente a linha de Harvard, tendo a mediação, o acordo, como seu fim primordial (ALMEIDA; PANTOJA; ANDRADE, 2015).

somente o acordo, mas visa, principalmente, auxiliar as partes a redimensionarem o conflito.

Outrossim, tendo em vista que as sessões de mediação ocorrem em caráter de sigilo, não é permitido que terceiros assistam à sessão. Desta forma, não seria uma alternativa a pesquisa participar das sessões a fim de poder averiguar se a mediação foi capaz de atingir o objetivo de auxiliar as partes na retomada do diálogo e redimensionamento do conflito.

Cabe referir que, de acordo com a informação prestada pelo Centro de Mediação e Conciliação, as informações constantes dos relatórios disponibilizados para a pesquisa poderiam conter erros, já que as informações foram alimentadas de forma manual. De fato, localizou-se números de processos em duplicidade, bem como números equivocados, dos quais não foi possível obter informações. Os números localizados em duplicidade foram excluídos na contagem final. No tocante aos números que continham erros, que inviabilizassem sua consulta, foram computados no número total de mediação, mas, como não foi possível averiguar a matéria, não foram computados como relativos à conflito de consumo.

O que caracteriza a pesquisa empírica é que ela seja baseada em observações do mundo, em outras palavras, seja baseada em dados. Esses fatos podem ser históricos ou contemporâneos, baseados na legislação ou julgados, ou ainda, ser o resultado de entrevistas. Os dados podem ser precisos ou vagos, relativamente certos ou muito incertos, diretamente observados ou conseguidos indiretamente. Desde que os fatos estejam de alguma maneira relacionados ao mundo, eles são dados, e, desde que a pesquisa envolva dados que são observados ou desejados, ela é uma pesquisa empírica. Com efeito, empírico denota evidência baseada em observação ou experiência. Essa evidência pode ser numérica, quantitativa, ou não-numérica qualitativa (EPSTEIN, 2013).

A pesquisa quantitativa se mostra adequada para a apreensão de variações, padrões e tendências, mas não se mostra suficiente para a apreensão de detalhes e singularidades. Assim, quando o problema de pesquisa demanda o aprofundamento, mais do que a generalização dos resultados, a pesquisa deve ser qualitativa (RECUERDO, FRAGOSO, AMARAL, 2011). A pesquisa qualitativa, por outro lado, será útil para identificar conceitos e variáveis relevantes de situações estudadas quantitativamente (GUSTIN, 2015).

Embora comumente os métodos quantitativos e qualitativos sejam vistos como incompatíveis e excludentes entre si, é possível concebê-los como abordagens complementares, conforme os objetivos de cada pesquisa (RECUERDO, FRAGOSO, AMARAL, 2011). Diferentes abordagens de pesquisa podem projetar luz sobre diferentes questões. O conjunto de diferentes pontos de vista e diferentes maneiras de coletar os dados, permite uma ideia mais

ampla da complexidade de um problema. Portanto, a integração da pesquisa qualitativa e quantitativa permite ao pesquisador um cruzamento das conclusões, o que possibilita uma maior confiança de que os dados obtidos não são produto de um procedimento específico ou de uma situação particular. Nessa perspectiva os métodos qualitativo e quantitativo deixam de ser percebidos como opostos e passam a ser vistos como complementares (GUSTIN, 2015).

Com base nestas considerações, a análise dos dados obtidos na pesquisa é realizada com base nos métodos quantitativo e qualitativo, o que permitirá a análise dos números de conflitos mediados e também a análise dos resultados obtidos no procedimento da mediação, possibilitando abranger a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do objeto da pesquisa (GUSTIN, 2015). Como referido, inicialmente, apurou-se o número de processos e pedidos de mediação pré-processual que têm como objeto conflito de consumo, a fim de apontar se a mediação tem sido utilizada como método de solução destes conflitos no âmbito do CEJUSC do Foro Central de Porto Alegre. Apurados estes números, verificou-se em quantos processos o procedimento de mediação foi efetivo para a resolução do conflito, adotando como critério tão somente a realização ou não do acordo.

Contudo, considerando que a pesquisa não é estanque, com a obtenção dos dados fornecidos pelo Centro de Conciliação e Mediação, além do resultado obtido na mediação (acordo ou não), foi possível verificar a ausência das partes nas sessões designadas, tanto de autores e réus, como dos solicitantes e convidados. Estas informações, possibilitaram a análise acerca das barreiras enfrentadas pelos modelos consensuais de resolução de conflitos, tais como o desconhecimento das partes e resistência dos operadores do Direito.

Além disso, obtidas as datas de propositura do pedido ou processo, data da realização da sessão de mediação e data do encerramento do procedimento ou do processo judicial, foi possível aferir se a mediação, seja pré-processual ou processual, trouxe celeridade aos consumidores que submeteram o conflito à mediação. Com esta finalidade, comparou-se o tempo de tramitação de um pedido de mediação pré-processual e o tempo de tramitação de um processo judicial submetido à mediação, nos quais o procedimento tenha resultado em acordo. Também, comparou-se o tempo de tramitação de um processo judicial no qual não tenha sido realizado acordo, ou as partes não tenham comparecido e aqueles em que a mediação foi efetiva, resultando em acordo.

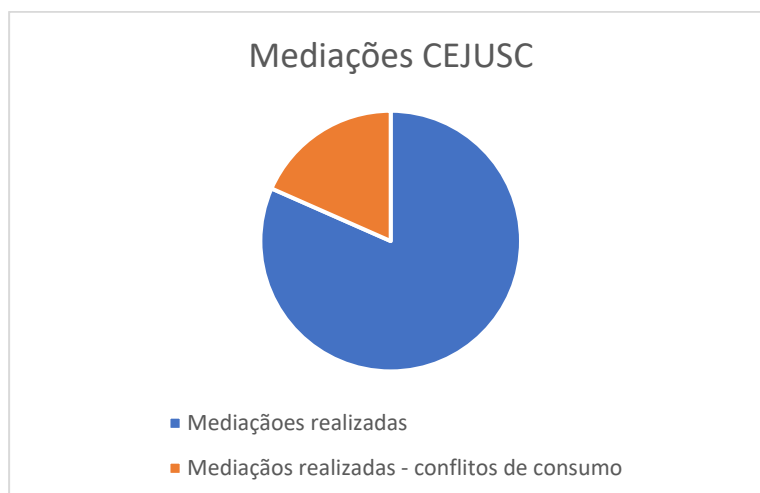
Ao analisar as informações obtidas verificou-se que tais critérios, comparecimento das partes e tempo de tramitação, também se mostravam relevantes, além do critério acordo, para aferição da efetividade ou não do procedimento de mediação, porquanto poderiam trazer

outros elementos para a resposta ao problema de pesquisa aqui formulado.

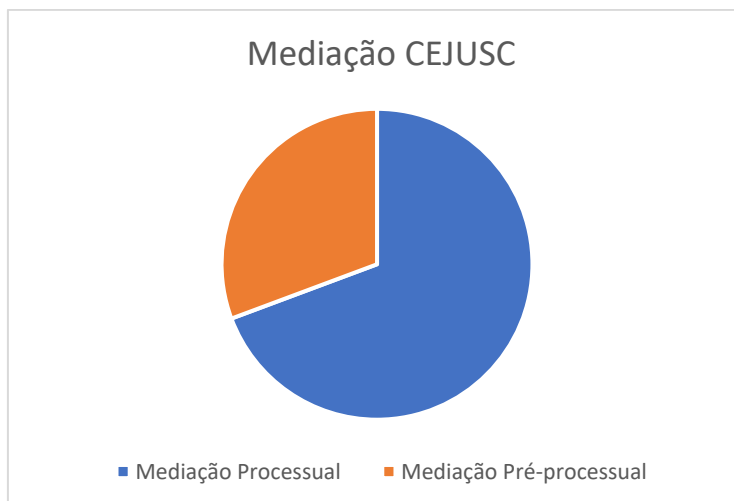
3.2 MAPEANDO OS CONFLITOS DE CONSUMO MEDIADOS EM UM CENTRO DE CONCILIAÇÃO E MEDIAÇÃO: A FUSÃO DE OLHARES QUALITATIVOS E QUANTITATIVOS

Descritos os passos da caminhada empírica, cabe analisar os dados obtidos referentes às mediações realizadas no Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central de Porto Alegre, no período de janeiro de 2015 a dezembro de 2016. A fim de dar visibilidade as informações coletadas, optou-se pela formulação de duas tabelas constantes dos apêndices A e B. Na primeira, referente às mediações pré-processuais, informa-se: (a) o número do pedido de mediação, (b) a data do pedido, (c) o resultado da mediação, (d) a data da sessão de mediação e, (e) a data de encerramento. Da mesma forma, na segunda tabela, referente as mediações processuais, informa-se: (a) o número do processo judicial, (b) a data da propositura; (c) o resultado da mediação, (d) a data de realização da sessão e, (e) o último andamento do processo.

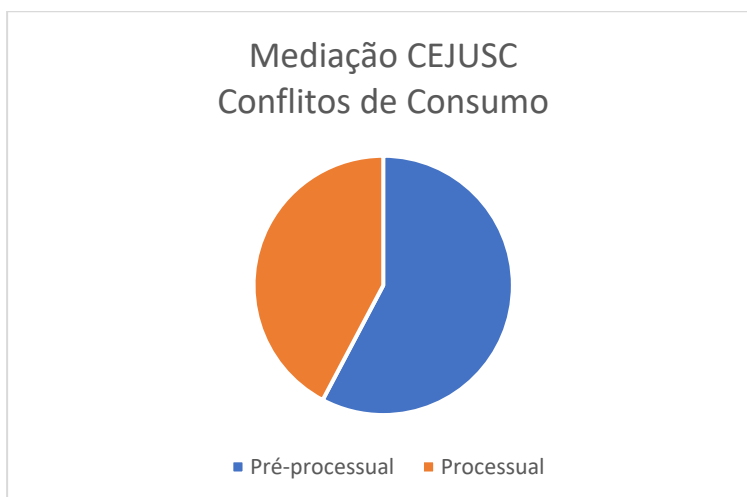
No período analisado, tramitaram no Centro de Conciliação e Mediação 1.496 pedidos de mediação pré-processual e processos judiciais. Deste total, 337, ou seja, 22,52%, estavam relacionados a conflitos de consumo.



Do número total de mediações realizadas no CEJUSC, 1.496, no período de janeiro de 2015 a dezembro de 2016, 459 referem-se à mediações pré-processuais e 1.037 a processos judiciais em tramitação. Assim, 69,31% dos conflitos mediados já eram objeto de processos judiciais e, por meio de convite do julgador às partes, foram encaminhados à mediação, como ilustra o gráfico a seguir:



No entanto, esta realidade é diversa se for considerado apenas o universo dos conflitos que envolvem relação de consumo. No período objeto de análise, como mencionado, ingressaram no CEJUSC o total de 1.496 pedidos de mediação e processos judiciais, dos quais 337 tinham como objeto Direito do Consumidor. Dos conflitos que envolvem litígios de consumo, 194 foram mediados no âmbito pré-processual, enquanto 143 eram processos judiciais encaminhados à mediação. Assim, a maior parte de mediações realizadas para a solução dos conflitos de consumo ocorreu no âmbito pré-processual, ainda que não exista grande discrepância entre os números.



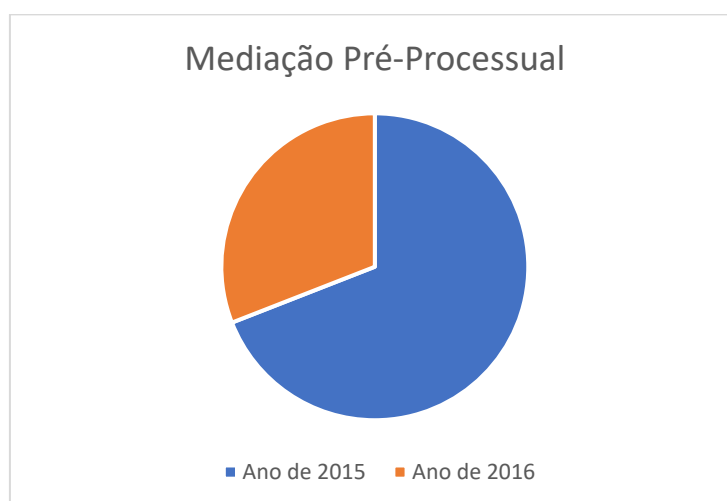
No período analisado, 459 pedidos de mediação pré-processual ingressaram no CEJUSC, dos quais 194 tinham como objeto conflitos de consumo. Constatou-se por meio da análise aos termos das sessões de mediação, disponibilizadas no *site* do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul que, na maioria dos casos, as partes não compareceram às sessões designadas. Em 108 dos pedidos analisados, os mediandos deixaram de comparecer, sendo que

em 17 o próprio solicitante não compareceu. Em 19 outros casos ambos os mediandos não compareceram à sessão de mediação designada, mas, na maioria dos casos, o convidado não se fez presente, no total de 74. Nos demais pedidos, em que houve o comparecimento das partes, em 43 chegou-se ao consenso e em 43 a mediação foi tida como infrutífera, em virtude da não realização de acordo, como ilustra o quadro a seguir o qual sintetiza os dados da tabela constante do apêndice A:

Mediação Pré-processual						
Ano 2015						
Mês	n.º de acordos	não houve acordo	ausente o solicitante	ausente o convidado	ausentes os mediandos	Total
Janeiro	3	1	1	4	1	10
Fevereiro	1	0	0	1	0	2
Março	6	3	0	11	2	22
Abril	0	2	2	1	1	6
Mai	1	3	5	6	4	19
Junho	6	2	2	6	2	18
Julho	5	9	3	11	0	28
Agosto	1	4	0	4	0	9
Setembro	3	0	0	3	3	9
Outubro	0	1	0	1	0	2
Novembro	1	0	0	1	1	3
Dezembro	0	1	3	1	1	6
Total	27	26	16	50	15	134
Ano 2016						
Janeiro	1	3	1	1	0	6
Fevereiro	2	0	0	0	0	2
Março	1	2	0	3	2	8
Abril	9	2	0	10	0	21
Mai	2	5	0	7	2	16
Junho	0	3	0	0	0	3

Julho	1	2	0	1	0	4
Agosto	0	0	0	0	0	0
Setembro	0	0	0	0	0	0
Outubro	0	0	0	0	0	0
Novembro	0	0	0	0	0	0
Dezembro	0	0	0	0	0	0
Total	16	17	1	22	4	60
Total Geral	43	43	17	72	19	194

Como se verifica, ao longo do ano de 2016 houve significativa redução no número de mediações pré-processuais cujo conflito envolvia relação de consumo em relação ao ano de 2015, sendo que, a partir de agosto de 2016, nenhum conflito decorrente da relação de consumo foi objeto de mediação pré-processual. Tal redução mostra-se bastante expressiva, visto que no ano de 2015 foram realizadas 134 mediações pré-processuais envolvendo Direito do Consumidor, enquanto no ano de 2016 foram realizadas apenas 60, ou seja, 55,22% a menos do que no ano anterior.



Ainda, no período analisado ingressaram no Centro de Conciliação e Mediação do Foro Central de Porto Alegre, o total de 1.037 processos judiciais, dos quais verificou-se que apenas 143 tinham como objeto conflitos de consumo.

Em consulta aos termos das sessões de mediação, disponibilizadas no *site* do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, apurou-se que, tal como ocorreu nos pedidos de

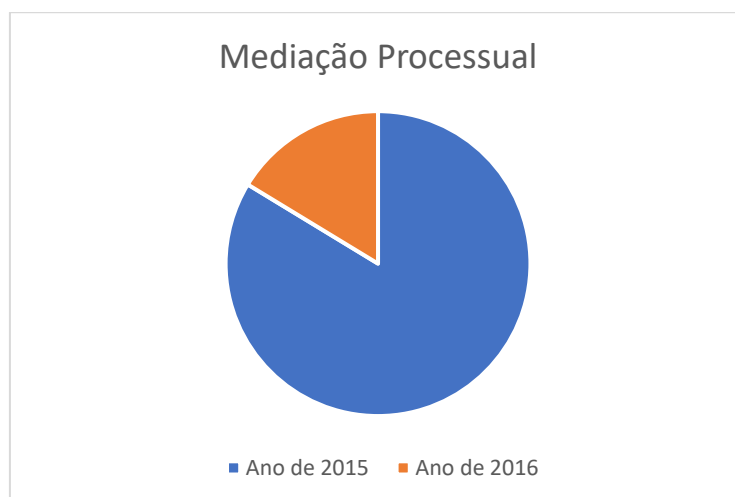
mediação pré-processual, na maioria dos casos as partes não compareceram às sessões designadas. Em 81 dos processos judiciais encaminhados ao CEJUSC, houve ausência de uma das partes ou de ambas. No entanto, diferente das mediações pré-processuais, em que a maior parte das ausências se deve aos convidados, na mediação processual os autores dos pedidos são os que não comparecem na maioria das vezes, no total de 37. Em 25 outros casos o réu deixou de comparecer à sessão designada e, em apenas 19, ambos os mediandos não se fizeram presentes.

Nos demais processos, no total de 62, em que ambas as partes compareceram, em apenas 10 casos chegou-se ao consenso enquanto em 52 processos a mediação foi tida como infrutífera, em virtude da não realização de acordo. O quadro abaixo, que corresponde aos dados constantes na tabela do apêndice B de forma sintetizada, retrata os números apontados:

Mediação Processual						
Ano 2015						
Mês	n.º de acordos	não houve acordo	ausente o autor	ausente o réu	ausentes os mediandos	Total
Janeiro	0	0	0	0	1	1
Fevereiro	0	0	0	0	0	0
Março	0	6	7	3	3	19
Abril	0	0	1	0	0	1
Maio	2	11	12	7	6	38
Junho	3	5	4	6	5	23
Julho	0	0	0	0	0	0
Agosto	1	7	2	2	1	13
Setembro	1	1	1	1	0	4
Outubro	0	7	1	3	0	11
Novembro	0	1	3	1	0	5
Dezembro	0	4	0	0	0	4
Total	7	42	31	23	16	119
Ano 2016						
Janeiro	0	0	0	0	0	0
Fevereiro	0	0	0	0	0	0
Março	0	0	0	0	1	1

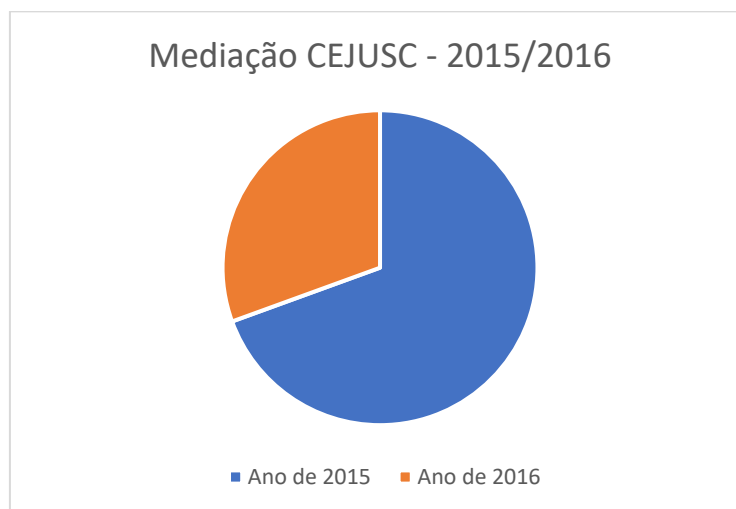
Abril	1	6	1	1	1	10
Mai	1	0	2	0	0	3
Junho	0	1	0	0	0	1
Julho	0	0	0	0	0	0
Agosto	0	1	0	0	0	1
Setembro	0	0	0	0	0	0
Outubro	1	0	1	0	1	3
Novembro	0	0	0	0	0	0
Dezembro	0	2	2	1	0	5
Total	3	10	6	2	3	23
Total Geral	10	52	37	25	19	143

Tal como ocorreu nas mediações pré-processuais, no ano de 2016 houve uma relevante redução do número de processos judiciais envolvendo conflitos de consumo encaminhados ao CEJUSC, em relação ao ano de 2015. Apenas no mês de abril houve um número mais significativo de processos judiciais mediados e, mesmo assim, pouco expressivo, em comparação ao ano de 2015. Enquanto no ano de 2015 foram mediados 119 processos judiciais que envolviam Direito do Consumidor, no ano de 2016 foram mediados apenas 23, ou seja, 80,67% a menos do que no ano anterior.



A redução verificada na fase processual mostra-se mais expressiva em relação à mediação pré-processual. No entanto, a diminuição no número de conflitos mediados não é exclusiva daqueles que tem como objeto Direito do Consumidor, uma vez que no ano de 2015

foram mediados no CEJUSC, o total de 1039 enquanto no ano de 2016 este número reduziu-se a 457 conflitos mediados.

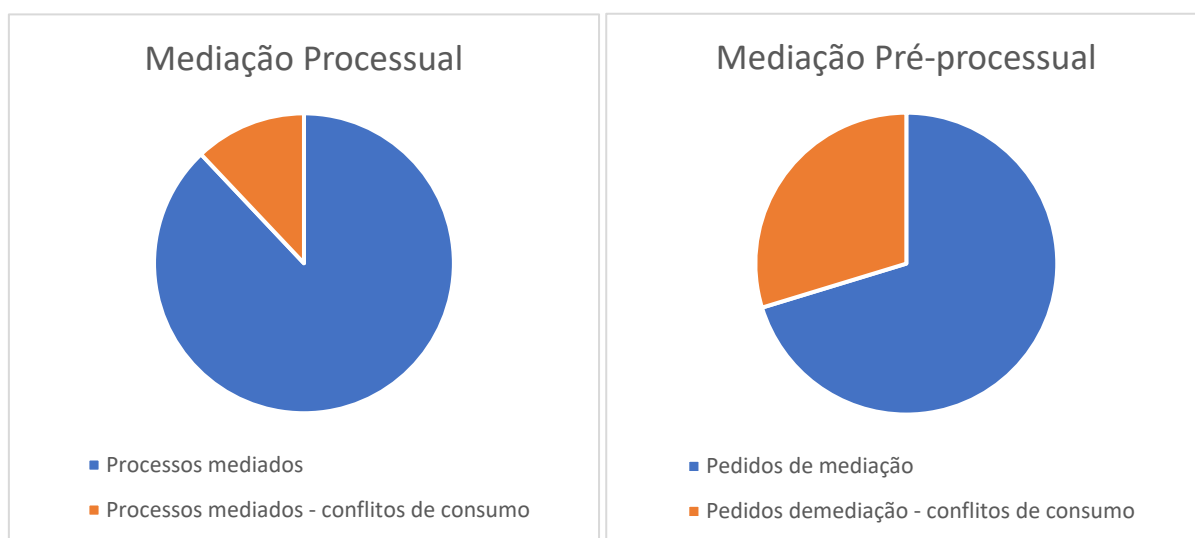


Importa informar que a inexistência de processos mediados nos meses de dezembro e janeiro, tanto no ano de 2015, como no ano de 2016 se deve ao período do recesso forense que, normalmente, ocorre entre os dias 20 de dezembro e 20 de janeiro no Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. Neste período, embora os serviços forenses permaneçam em atividade, os prazos processuais ficam suspensos de modo que os processos judiciais acabam tendo uma tramitação menos célere.

3.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS NOS CONFLITOS MEDIADOS: A PROVISORIEDADE DAS PRIMEIRAS LINHAS DE UMA CONCLUSÃO SOBRE A EFETIVIDADE DA MEDIAÇÃO NA RESOLUÇÃO DOS CONFLITOS JUSCONSUMERISTAS

Finalizado o levantamento dos pedidos de mediação pré-processual e processos judiciais, que têm como objeto litígios de consumo, cabe analisar os dados obtidos a fim de responder ao problema de pesquisa formulado. Como referido, a mediação, no Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central de Porto Alegre, ocorre em duas esferas: pré-processual quando uma das partes procura o Centro, com a intenção de submeter seu conflito à mediação ou na fase processual, quando em um processo em trâmite, o juiz convida as partes a participarem do procedimento de mediação.

No período analisado, ou seja, entre janeiro de 2015 e dezembro de 2016, 1.496 pedidos de mediação pré-processual e processos judiciais ingressaram no CEJUSC. Deste total, 1.037 referem-se a processos judiciais, dos quais 142 tinham como objeto Direito do Consumidor. Este número, ainda que pouco significativo, ou seja, apenas 13,69% dos casos, demonstra que a mediação tem sido utilizada como método de solução destes conflitos. O número dos conflitos de consumo mediados, nos casos de mediação pré-processual, evidencia o uso do procedimento como método de solução destas controvérsias, porquanto dos 459 pedidos formulados no Centro, 194 tratavam de relação de consumo, portanto, 42,26%.



A significativa diferença entre o número de processos judiciais mediados e os pedidos de mediação pré-processual, pode evidenciar que há resistência dos operadores do Direito, juízes e advogados, em relação à utilização da mediação como método de solução de controvérsias, especialmente, as que envolvem relações de consumo. A adoção dos modelos consensuais enfrenta muitas barreiras, entre elas a formação acadêmica dos operadores do Direito, que não contempla tal sistemática, bem como o receio da perda de poder e autoridade das instituições tradicionais de distribuição da justiça (TARTUCE, 2015). Alguns julgadores possuem preconceito em relação aos meios consensuais de solução de conflitos, por sentirem que seu poder pode ser comprometido se outras pessoas puderem solucionar os conflitos de interesses. Além disso, há a falsa percepção de que a função de conciliar é menos nobre do que a função de sentenciar (WATANABE, 2005).

Um dos grandes obstáculos apontados para a utilização mais intensa da mediação é a formação acadêmica dos operadores do direito, que ainda dá maior ênfase a solução do litígio por meio da via judicial (WATANABE, 2005). Em regra, o estudioso do direito não conta com conhecimentos detalhados sobre técnicas variadas de encaminhamento de controvérsias, o que

colabora para a manutenção do paradigma da prestação jurisdicional estatal como preferível, apesar de suas dificuldades e limitações. O estudo do profissional do direito costuma ser orientado para a abordagem conflituosa, pois em geral as faculdades não dedicam significativo espaço para os meios consensuais, assim, ele geralmente não tem consciência ou conhecimento sobre como mediar conflitos o que tende a dificultar sua adesão ao procedimento e gerar desconfiança sobre a adequação das técnicas. Em geral, bacharéis, advogados, promotores e juízes, tabeliães ou serventuários, têm sua mente voltada para o paradigma contencioso, uma vez que sua formação e ênfase ao estudo está centrada no exercício da jurisdição estatal contenciosa (TARTUCE, 2015).

[...] toda ênfase á dada a solução dos conflitos por meio do processo judicial, em que é proferida uma sentença, que constitui a solução imperativa dada pelo representante do Estado. [...] É esse o modelo em todas as faculdade de Direito do país, sem exceção. E é esse, igualmente, o modelo de profissional do direito exigido pelo mercado para as principais carreiras profissionais, como advocacia, a magistratura, o ministério público e as procuradorias públicas. [...] (WATANABE, 2005, p. 685)

A efetivação da mediação depende de mudanças culturais na forma de encarar o conflito, de modo que deixem de privilegiar a lógica cultural do culpado/inocente, certo ou errado, o imediatismo das soluções e a transferência para terceiros da responsabilidade pela solução dos seus próprios conflitos. Certamente a existência de uma lei não será suficiente para que realmente possa acontecer o abandono do paradigma da solução do conflito pela via judicial (TARTUCE, 2015). Deverá haver significativa mudança de comportamento de todos os envolvidos para que a previsão legal se perfectibilize. Essa mudança não passa apenas pelo esforço do Poder Judiciário, para a implantação dos Centros de Mediação e treinamento dos mediadores, mas também e necessariamente pela mudança no pensamento de partes e operadores do direito que demandam o Poder Judiciário (WATANABE, 2005)

A falta de informação sobre a disponibilidade de meios consensuais para tratar de conflitos, que envolve o problema de acesso do indivíduo não apenas quanto aos seus direitos, mas também quanto à forma de efetivá-los, é outra barreira enfrentada para sua adoção (TARTUCE, 2015). Na sociedade contemporânea o centro decisório da conflituosidade deslocou-se para o Poder Judiciário, que tem uma posição de destaque para a realização dos direitos (PINHO, PAUMGARTTEN, 2016).

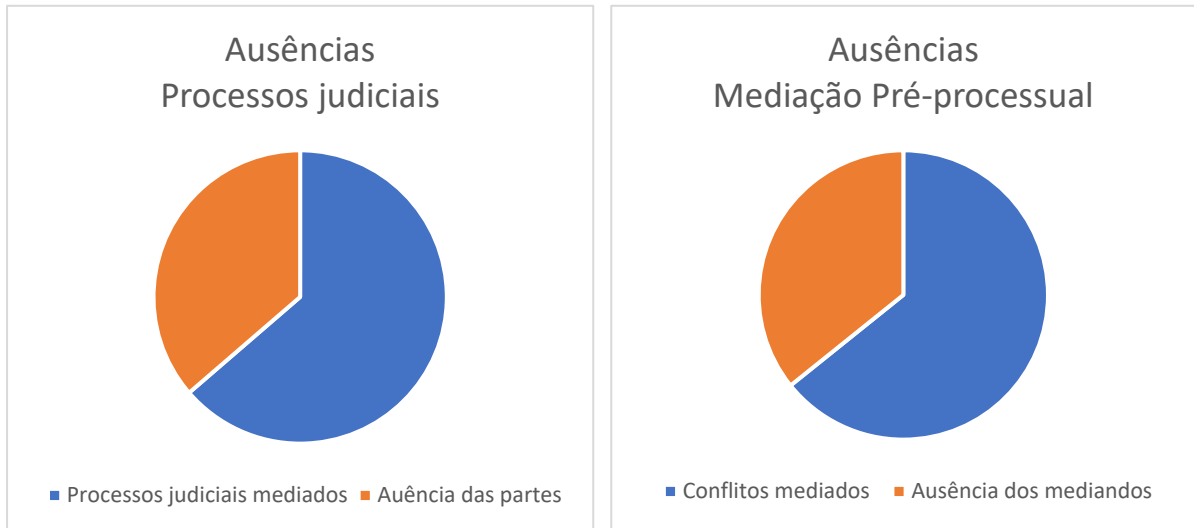
Ao longo do tempo consolidou-se a ideia de que a prestação jurisdicional é o melhor caminho para pacificar com justiça e se arraigou em nossa tradição a adoção dos meios heterocompositivos como principal modalidade de resolução de controvérsias. No entanto, caberia ao jurisdicionado conscientizar-se de sua condição de protagonista nas relações interpessoais. Em vez de socorrer-se de terceiros (integrantes do Estado) para resolver seus conflitos, deveria considerar primeiro em que medida poderia, por si mesmo, encontrar soluções pertinentes (TARTUCE, 2015).

(...) o reconhecimento dos direitos humanos e da dignidade dos indivíduos, a consciência da necessidade de participação democrática em todos os níveis sociais e políticos, a crença de que o indivíduo tem o direito de participar e ter o controle das decisões que afetam a própria vida, os valores éticos que devem nortear os acordos particulares e, finalmente, a tendência a uma maior tolerância às diversidades que caracterizam toda cultura do mundo moderno-contemporâneo (MENDONÇA, 2004, p. 145).

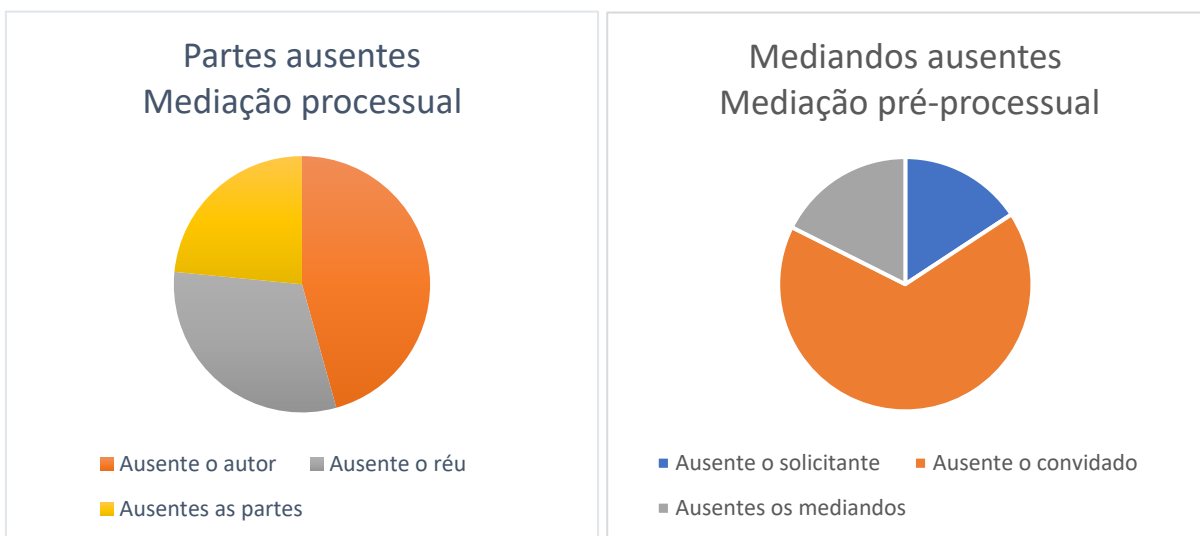
Como se verifica nos dados levantados junto ao Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central de Porto Alegre, as partes envolvidas deixaram de comparecer às sessões⁴³ designadas na maioria dos casos. Nos processos judiciais, que tinham como objeto conflito de consumo, encaminhados para mediação, no total de 143, apenas 62 foram realizadas com o comparecimento de todos os envolvidos. Contudo, as ausências não se limitam aos processos judiciais, quando poderia se utilizar o argumento de que não houve escolha das partes pelo procedimento, pois elas ocorrem também nos pedidos de mediação pré-processual, inclusive, em percentual ainda maior. Dos 194 pedidos de mediação pré-processual de conflitos de consumo, em 108 vezes não houve o comparecimento dos mediandos.

⁴³ De acordo com Fernanda Tartuce (2015) é questionável usar o termo audiência para se referir a autocomposição já que tal expressão remete à circunstância em que o magistrado conduz os trabalhos sob a vertente contenciosa. Audiência é considerado ato processual solene realizado na sede do juízo que se presta para que o juiz possa colher a prova oral, ouvir os procuradores e proferir decisão. Assim, defende-se a utilização da expressão “sessão”, até mesmo porque a mediação pode ocorrer de forma extrajudicial e não se poderia dizer que o mediador privado em seu escritório realiza audiência.

Como ilustram os gráficos seguintes, nos casos de mediação processual, nos processos que tratavam de litígios jusconsummeristas, em 43,35% dos casos não houve o comparecimento das partes, enquanto nas mediações pré-processuais as partes deixaram de comparecer em 55,67% das sessões designadas.



Com efeito, as ausências não se limitam aos réus ou aos convidados, nos casos de mediação pré-processual, aliás bem ao contrário. No caso das mediações realizadas no curso dos processos judiciais, o maior índice de ausências deve-se aos autores das ações, que deixaram de comparecer em 45,67 % das sessões, enquanto os réus não compareceram em 30,86% dos casos. Por outro lado, nas mediações realizadas em momento pré-processual, os convidados foram os responsáveis pelo maior índice de ausências, ou seja, 66,66%, enquanto os solicitantes não compareceram em 15,74% das sessões.



Algumas razões podem ser apontadas para os significativos índices de ausência das partes às sessões de mediação. Inicialmente, denotam que a adoção de vias consensuais para a

solução dos conflitos exige uma substancial modificação de visão, não apenas dos operadores do direito, mas também do jurisdicionado (TARTUCE, 2015). Os números aferidos demonstram que mesmo as partes em processo judicial tendo a oportunidade de mediar o conflito no qual estão inseridas, após um longo período de tramite do processo, deixaram de comparecer, preferindo, assim, aguardar a sentença, o que evidencia haver ainda resistência ou desconhecimento em relação ao procedimento. E mais, no caso da mediação pré-processual, o próprio solicitante, o qual optou pela mediação, deixou de comparecer à sessão designada

Como se verifica nas tabelas constantes dos apêndices A e B, os procedimentos de mediação pré-processual tramitaram por um lapso temporal que variou entre 2 e 3 meses, entre a formulação do pedido junto ao CEJUSC e a realização da sessão. Por outro lado, os processos judiciais submetidos à mediação, nos quais não houve acordo, tramitam por mais de 3 anos em média. Pôde-se aferir, ainda, casos em que processos judiciais, distribuídos no ano de 2008 e 2011, tiveram o trânsito em julgado decretado somente no ano de 2017, ou seja, as partes aguardaram pela decisão em média 6 e 9 anos.

Assim, se, por um lado, a resolução da controvérsia pela via do processo judicial oferece a vantagem de contar em sua abordagem com princípios e garantias como o devido processo legal, o contraditório e a ampla defesa⁴⁴, pode-se apontar como males endêmicos da administração da justiça as incertezas do direito, a lentidão nos processos e os seus altos custos⁴⁵. A delonga dos processos aumenta os custos para as partes, o que acaba por pressionar os economicamente mais fracos a abandonar suas causas ou a aceitar acordos em valores inferiores àqueles que teriam direito (TARTUCE, 2015).

Neste aspecto, o tempo do procedimento da mediação é apontado por Nádia de Araújo e Olivia Fürst, como um dos seus benefícios, porquanto foi aquele demandado para a solução do problema, foi o tempo das próprias pessoas envolvidas e não o breve período que o juiz pode colocar à disposição da causa e sua consequente decisão ou que a lei impôs para a tramitação do pedido. Os mediandos, de acordo com as autoras, atuam diretamente para a

⁴⁴ Boaventura de Souza Santos (1986) aponta que nos casos em que os litígios ocorrem entre cidadãos ou grupos de poder sócio-econômico parificável (litígios entre vizinhos, entre operários, entre estudantes) a informalização da justiça poder ser um genuíno fatos de democratização. Por outro lado, nos conflitos entre cidadãos e grupos com posições de poder estruturalmente desiguais (litígios entre patrões e operários, entre consumidores e produtores e inquilinos e senhorios) é bem possível que a informalização acarrete consigo a deterioração da posição jurídica da parte mais fraca, decorrente da perda das garantias processuais e contribua, assim, para a consolidação e desigualdades sociais.

⁴⁵ Entende-se que a mediação também assegura as partes tais garantias, uma vez que regida pelos princípios da imparcialidade do mediador, isonomia entre as partes e voluntariedade.

obtenção do resultado e finalizam o processo com a impressão de que o tempo que lhes foi dedicado foi suficiente para que suas questões fossem ouvidas e solvidas, no caso do acordo (ARAÚJO, FÜRST, 2014).

Outro fator que pode contribuir para a ausência das partes, diz respeito aos horários designados para as sessões de mediação. Diferente dos Juizados Especiais Cíveis, nos quais os atos processuais poderiam realizar-se à noite⁴⁶, nos Centros de Mediação e Conciliação as sessões ocorrem no horário forense, ou seja, até às 18 horas.

Cabe frisar que, na maior parte do período analisado, não estava em vigor o Código de Processo Civil de 2015, de modo que o não comparecimento à sessão não gerava às partes nenhuma sanção. Aliás, mesmo com a entrada em vigor da lei processual, a sanção prevista no artigo 334, §8⁴⁷, tem sido amplamente criticada por autores como Fernanda Tartuce (2015), segundo a qual com a imposição de tal sanção a parte ficaria compelida a comparecer à sessão para tentar um acordo por medo da sanção pecuniária, em vez de comparecer pela sua disposição em tentar compor o litígio.

Todavia, entende-se que não haveria mácula à voluntariedade das partes, porquanto elas não seriam compelidas a participar do procedimento, mas tão somente a comparecer à sessão designada⁴⁸. Ademais, compreende-se que tal sanção teria o condão de impor à parte que compareça e, assim, possa compreender o procedimento, o que certamente seria salutar ao desenvolvimento da mediação e contribuiria para sua adoção. Uma vez que as partes entendam o procedimento e retomem o diálogo, o acordo pode ser a consequência.

Nesse sentido, Cesar Felipe Cury, aponta que a fase de pré-mediação⁴⁹, que acontece previamente ao início da mediação, permite que as pessoas envolvidas conheçam os princípios e o procedimento e possam, assim, avaliar se se trata de um método adequado para a resolução do seu conflito. A pré-mediação confirma a disposição das partes para a negociação, ainda que cada uma delas encare esse momento como forma de ratificar suas posições. Entre os principais objetivos da pré-mediação, está a filtragem, para assegurar que

⁴⁶ Art. 12, Lei 9.099/95 - Os atos processuais serão públicos e poderão realizar-se em horário noturno, conforme dispuserem as normas de organização judiciária.

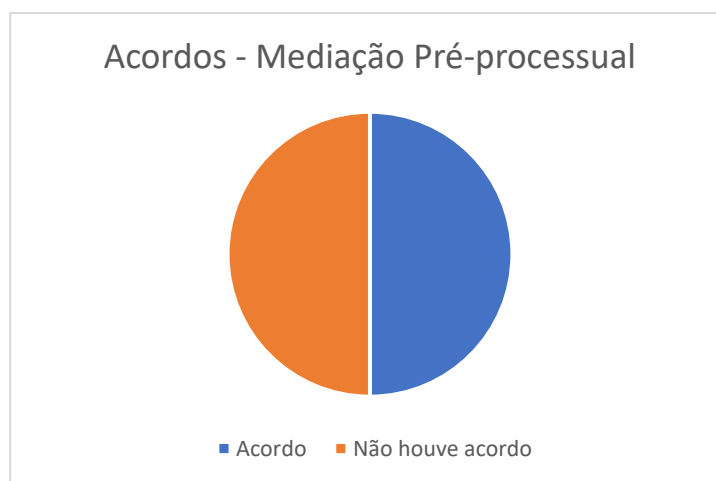
⁴⁷ Art.334, §8º -O não comparecimento injustificado do autor ou do réu à audiência de conciliação é considerado ato atentatório à dignidade da justiça e será sancionado com multa de até dois por cento da vantagem econômica pretendida ou do valor da causa, revertida em favor da União ou do Estado.

⁴⁸ Nesse sentido, como explanado no capítulo 2, Valeria Ferioli Lagrasta Luchiari (2012), aduz que não obstante o comparecimento à sessão seja obrigatório, com a previsão de sanção para o não comparecimento, a efetiva participação no procedimento e a celebração do acordo dependem exclusivamente da vontade da parte, de modo que não há como concluir que a referida imposição legal macule a voluntariedade da parte.

⁴⁹ Na pré-mediação, os mediadores oferecem dados sobre o instituto da mediação que serão transformados, ou não, em informação e conhecimento pelos mediandos (ALMEIDA, 2014).

somente as pessoas interessadas em encontrar a saída para o conflito sejam conduzidas à mediação (FIORELI, FIORELI, MALHADAS JUNIOR, 2008). Assim, ainda que não haja adesão das partes ao procedimento, não se consiga o dimensionamento material do conflito ou o acordo, elas, certamente, estarão melhor informadas e poderão se preparar para eventual prosseguimento da disputa judicial (CURY, 2016).

Prova de que a compreensão do procedimento e a restauração do diálogo pode resultar no consenso entre as partes é o índice de acordos realizados nos casos de mediação pré-processual. Em 50% dos casos em que ambas as partes compareceram à sessão, a mediação foi frutífera, tendo resultado em acordo.



Os índices apurados apontam a pertinência da discussão acerca da exigência da submissão do conflito à mediação, como forma de incentivar sua adoção. Ao mesmo tempo em que a compulsoriedade pode ser o meio mais propício para o desenvolvimento da mediação, pode gerar um desvirtuamento das suas características essenciais. Em alguns países⁵⁰ há previsão da obrigatoriedade e se exige dos envolvidos em um conflito que esgotem todas as alternativas de acordo antes de submeter sua pretensão ao Poder Judiciário. Contudo, mesmo nestes casos, a obrigatoriedade não ultrapassa a primeira sessão, na qual as partes podem

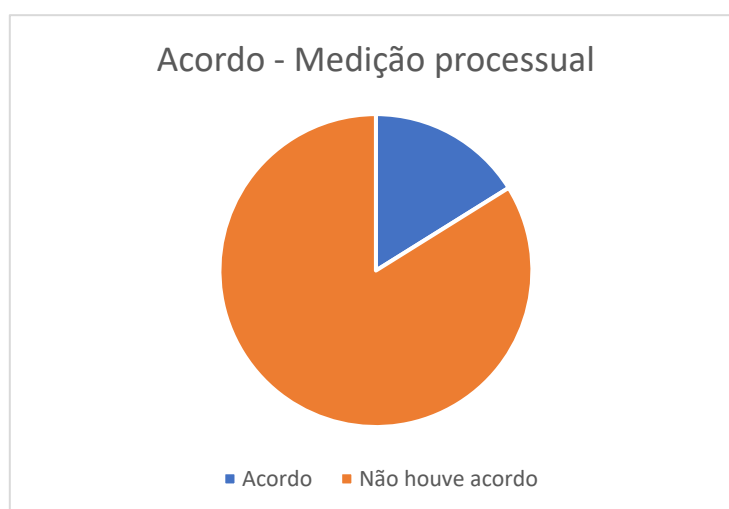
⁵⁰ De acordo com Fernanda Tartuce (2015), na Argentina, a Lei da Mediação e Conciliação, instituiu a obrigatoriedade de que as partes, antes de ter sua pretensão examinada em juízo, se dirigissem ao setor de mediação para a tentativa de composição do conflito. As partes apenas se isentam da obrigação se provarem já ter tentado a mediação perante mediadores registrados no Ministério da Justiça. A atual Lei da Mediação e Conciliação, Lei 26.589/2010 segue exigindo como requisito de admissão da demanda a expedição e assinatura por mediador interveniente. Em Quebec, no Canadá, foi instituído um sistema de pré-mediação obrigatória na apreciação de conflitos familiares. Por meio de uma palestra, com duração de uma hora, a atividade de pré-mediação informa os interessados sobre técnicas conciliatórias e seu procedimento. Após determinado prazo, as partes optam por utilizar ou não o mecanismo, com plena liberdade.

manifestar sua negativa em participar do procedimento, tal como determina a legislação brasileira, artigo 18 da Lei 13.140/2015⁵¹ (TARTUCE, 2015).

Sendo a voluntariedade característica da mediação, questiona-se a eficácia de impor-se a mediação como requisito para a propositura de ação judicial. Havendo obrigação de as partes comparecerem elas não terão motivação suficiente para chegar a uma solução. A fase consensual será apenas mais uma etapa a ser superada. No momento em que as partes participam voluntariamente, veem a mediação como atrativa por poderem controlar o procedimento e assumir a responsabilidade na resolução do problema (TARTUCE, 2015). Ademais, de acordo com Fernanda Tartuce (2015), a exigência de demonstração prévia da tentativa de acordo, viola o direito constitucional de acesso à justiça.

No entanto, se de um lado a mediação exige a voluntariedade das partes em participar, de outro o conhecimento acerca de seus benefícios pode fazer com que as partes decidam submeter seu conflito ao procedimento. Assim, mesmo que não se possa exigir a mediação prévia, o que violaria o direito constitucional de ação, entende-se que determinados conflitos devam ser, inicialmente, encaminhados para mediação, com ou sem o consentimento das partes, uma vez que elas não estão obrigadas a prosseguir caso assim não desejem.

Por outro lado, nos processos judiciais mediados, mesmo com o comparecimento das partes, o número de acordos foi significativamente menor do que nas mediações pré-processuais. Dos 62 processos judiciais mediados (em que ambas as partes compareceram), apenas em 10 casos houve acordo, ou seja, a mediação teria sido efetiva apenas em 16,12% dos casos.



⁵¹ Art. 18. Iniciada a mediação, as reuniões posteriores com a presença das partes somente poderão ser marcadas com a sua anuência.

O baixo índice de acordos no caso da mediação no curso do processo judicial pode decorrer do elevado grau de litigiosidade, já instaurado entre as partes, o que pode diminuir o espaço para o entendimento. Não raras vezes a apresentação da demanda implica em uma “escalada do conflito” e um prejuízo maior na comunicação, até mesmo porque a estrutura processual, autor-réu, reflete posições adversariais o que pode impedir uma reflexão sobre a questão sob uma ótica colaborativa. Em regra, ao atingir o ponto em que o processo judicial está instaurado, é possível que o espaço para o diálogo seja menos propício do que nos conflitos submetidos à mediação pré-processual, justamente pela ascensão do “nível de escalada do conflito”. Assim, o nível de conflito pode influenciar para que o número de acordos na mediação processual seja inferior ao número de acordos quando o conflito ainda não foi judicializado (ANDRADE, 2016, p. 217).

Justamente por isso, questiona-se os efeitos da institucionalização da mediação, ou seja, a mediação como uma fase do processo judicial, quando o conflito já é objeto de uma demanda apresentada ao judiciário. O processo brasileiro tem por base um paradigma de resolução de controvérsias que se desenvolve em um ambiente competitivo e, portanto, desfavorável a uma visão colaborativa. Nosso sistema jurisdicional é repleto de dogmas e procedimentos que são desconexos com os fins dialógicos e de decisões compartilhadas da mediação (ORSINI, SILVA, 2016). Em outras palavras, “o processo judicial brasileiro não comporta o consenso e o diálogo como formas de administração do conflito, uma vez que está centrado tanto no princípio como na lógica do contraditório” (MELLO, BAPSTISTA, 2011, p. 114).

A análise dos termos das sessões de mediação demonstra que outro fator determinante para o baixo índice de acordos na mediação processual, pode ser imputado à presença de prepostos dos fornecedores. Verificou-se que muitas vezes, no caso de fornecedores requeridos em processo judicial, comparecem apenas os prepostos sem autorização e margem para negociação, o que acaba por tornar o acordo inviável. Como aponta Irapuã Santana do Nascimento da Silva (2016) a utilização do preposto para negociar em nome do titular do direito pode constituir uma barreira para a negociação e dificultar a comunicação, pois fica evidenciada a impossibilidade de perceber a real intenção da parte.

Nesse contexto, como retratam os dados coletados, a mediação tem sido adotada como método de resolução de conflitos de consumo. Ainda que, durante a tramitação de processo judicial, tenha sido utilizada um percentual pouco significativo de casos, fato é que mesmo antes da entrada em vigor da Lei da Mediação e do Código de Processo Civil, os

juizadores já encaminhavam os conflitos à mediação, convidando as partes a participarem do procedimento. Do mesmo modo, o Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central tem utilizado da mediação nos conflitos de consumo, no caso da mediação pré-processual, ou seja, quando ainda não instaurado processo judicial. Verifica-se que nestes casos a mediação foi utilizada em maiores índices, porquanto 57,56% dos casos levados à mediação no período analisado, tinham como objeto Direito do Consumidor.

Se comparado ao número total de conflitos mediados pelo CEJUSC no período analisado, 1.496, o percentual de litígios envolvendo relação de consumo mostra-se pouco significativo, porquanto apenas 22,52% dos casos tratavam destes conflitos. No entanto, este índice é ainda menor se considerado apenas o ano de 2016, especialmente, após a entrada em vigor do Código de Processo Civil de 2015.

Como se verifica nos dados apontados no item anterior, a regulamentação da mediação pela Lei 13.140, de 2015, não foi um fator impeditivo para a utilização da mediação aos conflitos de consumo, pois não se verifica redução significativa no número de mediações envolvendo conflitos de consumo, desde a sua publicação em dezembro de 2015. Por outro lado, é significativa a redução no número de processos judiciais envolvendo litígios de consumo encaminhados para o CEJUSC após a entrada em vigor da nova lei processual. Enquanto no ano de 2015 foram mediados 119 processos, em 2016 o número foi reduzido a 23 conflitos de consumo mediados. Embora de modo menos significativo, tal redução também ocorreu nas mediações pré-processuais, porquanto em 2015 foram mediados 134 pedidos e em 2016 apenas 60.

O Código de Processo Civil, como mencionado no capítulo dois, determina que o mediador atuará preferencialmente nos conflitos em que existe um vínculo anterior entre as partes. Tal previsão, como apontam os números aferidos em relação a diminuição de conflitos de consumo mediados, foi um fator de impedimento para a utilização da mediação como método de solução de litígios decorrentes da relação de consumo, porquanto entende-se que a relação de consumo é eventual. Assim, além de outros fatores, como o desequilíbrio existente nas relações de consumo entre consumidor e fornecedor, a publicação da nova lei processual em março de 2015, contribuiu significativamente para a redução de conflitos de consumo encaminhados à mediação, tanto no âmbito processual, como pré-processual.

Portanto, da análise dos dados coletados junto ao Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central de Porto Alegre, conclui-se, inicialmente, que a mediação era utilizada como método de solução de litígios decorrentes da relação de consumo, mesmo antes da entrada em

vigor da Lei da Mediação e do Código de Processo Civil. Desde a criação do CEJUSC, conflitos de consumo eram encaminhados para mediação tanto no curso de processos judiciais como no âmbito pré-processual.

A ausência das partes foi um fator determinante para a inefetividade do procedimento, já que na maior parte dos casos mediados não houve o comparecimento de pelo menos um dos mediandos. No entanto, especialmente, no âmbito pré-processual a mediação mostrou-se um método efetivo de resolução dos conflitos decorrentes da relação de consumo, pois nos casos em que ambas as partes compareceram, em 50% foi frutífera, tendo resultado em acordo. Por outro lado, apenas 16,12% dos processos judiciais encaminhados para mediação resultaram em acordo, motivo pelo qual pode-se apontar a provável inefetividade da mediação processual, ou seja, como uma fase do processo.

Por fim, a publicação do Código de Processo Civil, mostrou-se possível fator de impedimento para a utilização da mediação como método de resolução dos litígios jusconsumeristas. Após a entrada em vigor da lei processual, houve significativa redução do número de processos mediados, tanto da fase processual como pré-processual.

CONCLUSÃO

Com a produção superando a necessidade dos consumidores, a sobrevivência do capitalismo de consumo passou a depender do consumismo e não mais da produtividade. Neste cenário, criou-se um etos infantilista que serve para alimentar uma cultura de consumo impetuoso e incentivar a fabricação de falsas necessidades, tornando possível vender aos consumidores uma série de objetos desnecessários que o capitalismo está produzindo em excesso. A necessidade de substituir as mercadorias defasadas está inscrita no *design* do produto e a publicidade empenha-se não apenas em promover novos objetos, mas também em fomentar a busca pelo novo.

Não se consome um objeto pelo seu valor de uso, mas em razão do prestígio e *status* que ele confere e o consumo passou a ser uma forma de relacionar-se com os outros, mais do que apenas um momento da cadeia da atividade econômica. O ser humano passou a ser reconhecido pelos bens de consumo que possui e não pelo que é. A identidade passou a ser um reflexo do estilo de vida, associado as marcas que se consome, aos locais em que se compra, ao que se veste e se consome. Teoricamente os consumidores são livres para comprar ou não, mas esta falsa ideia de liberdade decorre da ideologia de privatização, que trabalha ao lado do etos infantilizador, para reforçar o narcisismo, a preferência pessoal e a puerilidade. Consumidores que fecham os olhos para os afagos do mercado, são consumidores falhos.

Com o incremento das operações de consumo, multiplicam-se as patologias decorrentes das relações de consumo e os abusos perpetrados contra o consumidor, o que acaba por gerar a judicialização em massa dos conflitos decorrentes destas relações. O número crescente de processos judiciais que envolvem Direito do Consumidor, que ingressam, especialmente, nos Juizados Especiais Cíveis comprovam esta realidade. Em 2014 os Juizados Especiais Cíveis contavam com um acervo processual consumerista de 1.033.762, no ano de 2015 este número aumentou para 1.122.593 e no ano de 2016 para 1.234.983 (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2015, 2016, 2017). Além disso, causas como o tratamento individual de demandas de massa, estimulada pela legislação processual, bem como a ausência de uniformização dos julgados dos Tribunais Superiores também são apontados como razões para o aumento dos números. No entanto, o dique ameaça ruir. O índice de congestionamento dos tribunais, que no ano de 2016 atingiu 75% é prova da crise que assola o Poder Judiciário, consubstanciada na morosidade dos processos, falta de informação aos jurisdicionados,

sobrecarga de juízes e tribunais, acarretando o descrédito da sociedade e obstrução das vias de acesso à justiça.

Tal realidade foi responsável pela regulamentação da mediação e estímulo a adoção das vias conciliativas. Com a publicação do Código de Processo Civil de 2015 e da Lei da Mediação em 2015, a mediação deixa de ser apenas um método alternativo de resolução de conflitos e passa a ocorrer no âmbito do Poder Judiciário de forma pré-processual ou no curso do processo judicial. Com isso, passou a ser chamada de método adequado de resolução de conflitos ou, como sustentou-se aqui, apenas método de resolução de conflitos.

Ainda que nenhuma das leis imponha limitação aos conflitos que possam ser submetidos à mediação, a previsão da lei processual, segundo a qual o mediador atuará, preferencialmente, naqueles em que exista um vínculo anterior, leva ao entendimento de que ela não pode ser um método adequado de resolução dos conflitos de consumo. Aliado a isso, o desequilíbrio, existente entre as partes na relação de consumo, gera resistência em relação à adequação da mediação como método de resolução destas controvérsias, eis que seria capaz de comprometer o resultado do procedimento, no sentido de se obter um acordo equânime e satisfatório para ambos.

Por meio da pesquisa empírica, realizada no Centro de Mediação e Conciliação do Foro Central de Porto Alegre, verificou-se que, mesmo antes do advento da Lei da Mediação, publicada em dezembro de 2015, os conflitos de consumo eram submetidos à mediação, tanto no âmbito pré-processual como durante o curso do processo, a convite dos julgadores. No período analisado, de janeiro de 2015 a dezembro de 2016, ingressaram no CEJUSC o total de 1.496 pedidos de mediação pré-processual e processos judiciais, dos quais 337, ou seja, 22,52%, tinham como objeto conflitos decorrentes de relação de consumo. Assim, ainda que o número seja pouco significativo, aponta o uso da mediação como método de resolução dos litígios jusconsummeristas.

Contudo, ainda que a mediação tenha sido usada como método de resolução de conflitos de consumo, constatou-se que a ausência das partes foi fator preponderante impedindo a realização das sessões designadas. Do número total de conflitos de consumo mediados (337), 194 referem-se a pedidos de mediação pré-processual e 143 a processos judiciais em curso. Dos 143 processos judiciais submetidos à mediação, ambas as partes compareceram em apenas 62 casos. Da mesma forma, nos 194 pedidos de mediação pré-processual, os mediandos deixaram de comparecer em 108 casos. Assim, a ausência das partes foi responsável em grande parte pela

inefetividade da mediação.

Diante desta constatação, verifica-se que a mediação encontra, ainda, inúmeras barreiras a serem superadas. Além da resistência dos operadores do Direito, cuja formação ainda dá mais ênfase a solução do litígio pela via judicial, a falta de informação das partes sobre a forma de efetivar seus direitos pode ser outro empecilho. A ideia de que a prestação jurisdicional é o melhor caminho está ainda arraigada em nossa tradição.

Nesse sentido, a sanção prevista no artigo 344, §8º do Código de Processo Civil, segundo a qual o não comparecimento injustificado das partes é considerado ato atentatório a dignidade da justiça, o sancionado com a aplicação de multa, teria o condão de impor o comparecimento da parte, o que contribuiria para a compreensão do procedimento e para a sua adoção. Não estaria em risco a voluntariedade, característica da mediação, porquanto tal sanção não tem o condão de compelir a parte a participar ou fazer acordo, mas apenas comparecer. A fase de pré-mediação serviria para permitir as partes conhecer o procedimento e seus princípios, e avaliar se o método é adequado para a solução do conflito no qual estão envolvidas.

O índice de acordos formulados nos casos de mediação pré-processual, quando houve o comparecimento das partes, ou seja, 50%, pode ser um indício de que o conhecimento acerca do procedimento e a restauração do diálogo pode resultar no acordo e, portanto, na efetividade da mediação. Por outro lado, o baixo índice de acordos, realizados nos casos de mediação processual, apenas 16,12%, pode decorrer do elevado grau de litigiosidade que se instaura entre as partes no curso do processo, o que pode diminuir o espaço para entendimentos. Por esta razão questiona-se a judicialização da mediação, ou seja, como uma fase do processo judicial, uma vez que o processo brasileiro tem por base o paradigma da resolução de controvérsias em um ambiente competitivo e desfavorável a visão colaborativa.

No decorrer da pesquisa empírica constatou-se outros fatores relevantes para apontar a efetividade da mediação além da realização do acordo, tais como a presença das partes e o tempo de tramitação dos pedidos de mediação pré-processual. Apurou-se que os pedidos de mediação pré-processual, tramitaram por períodos que variam entre dois e três meses, enquanto os processos judiciais submetidos à mediação, quando não houve acordo, tramitaram por mais três anos após a sessão, sendo que processos judiciais, distribuídos em 2008 e 2011, tiveram o trânsito em julgado decretado apenas em 2017. Assim, de fato, a celeridade no procedimento da mediação pode ser apontada como um de seus benefícios e fator que contribui para sua efetividade.

Constatou-se, ainda, que a publicação da nova lei processual, em março de 2016, pode ser considerado um fator determinante para a redução do número de conflitos, envolvendo relação de consumo, submetidos à mediação. Enquanto no ano de 2015 foram mediados 119 processos, em 2016 o número foi reduzido a 23 conflitos de consumo mediados. Embora de modo menos significativo, tal redução também ocorreu nas mediações pré-processuais, porquanto em 2015 foram mediados 134 pedidos e em 2016 apenas 60, justamente em virtude da previsão da lei processual, segundo a qual o mediador atuará, preferencialmente, nos casos em que exista um vínculo anterior entre as partes.

Portanto, especialmente, no âmbito pré-processual a mediação mostrou-se um método efetivo de resolução dos conflitos decorrentes da relação de consumo, pois nos casos em que ambas as partes compareceram, em 50% foi frutífera, tendo resultado em acordo. Por outro lado, apenas 16,12% processos judiciais encaminhados para mediação resultaram em acordo, dado que aponta a provável inefetividade da mediação processual, ou seja, como uma fase do processo. Outrossim, a ausência das partes pode ser considerado um fator para a não efetividade do procedimento, já que na maior parte dos casos mediados não houve o comparecimento de pelo menos um dos mediados. Por fim, a publicação do Código de Processo Civil, mostrou-se possível fator de impedimento para a utilização da mediação como método de resolução dos litígios jusconsumeristas, pois após sua entrada em vigor, houve significativa redução do número de processos mediados, tanto da fase processual como pré-processual.

Assim, em que pese a provisoriedade dos dados explanados, conclui-se que a mediação pode ser um método adequado e efetivo para a resolução dos conflitos resultantes das relações de consumo, especialmente no âmbito pré-processual. Fatores como ausência das partes e comportamento do mediados ou dos operadores do Direito, podem ser apontados para a inefetividade da mediação, o que sugere necessidade de alterações no ensino jurídico que ainda dá pouca ênfase aos meios consensuais, além da informação das partes acerca dos meios disponíveis para a efetivação de seus direitos. Espera-se que a realização de pesquisas como a presente, tenham o condão de contribuir para a disseminação de sua prática.

REFERÊNCIAS

ALBA, Isabel Espín. **Arbitraje y mediación de consumo: a propósito de la ley 16/2011, de 24 de junho, de contratos de crédito al consumo**. Boletín del Ministerio de Justicia, n. 2160, año LXVII, nov., 2013.

ALMEIDA, Diogo Assumpção Rezende de; PANTOJA, Fernanda Medina. Técnicas e procedimento da mediação no novo Código de Processo Civil. In: ALMEIDA, Diogo Assumpção Rezende de; PANTOJA, Fernanda Medina; PELAJO, Samanta (Org.). **A mediação no novo Código de Processo Civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

ALMEIDA, Diogo Assumpção Rezende de; PANTOJA, Fernanda Medina; ANDRADE, Juliana Loss. Fundamentos. In: HALE, Durval; PINHO, Humberto Dalla Bernardina de; CABRAL, Trícia Navarro Xavier. (Org.). **O marco legal da mediação no Brasil: Comentários a Lei 13.140, de 26 de junho de 2015**. São Paulo: Atlas, 2015.

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

ALMEIDA, Tânia. **Caixa de Ferramentas em Mediação**. São Paulo: Dash Editora, 2014.

ALONSO, Luis Henrique. **La producción social de la necesidad**. Peblos: Revista de Información y Debate, 2007. Disponível em: <http://www.revistapueblos.org/old/spip.php?article726>. Acesso em 20/09/2017.

ANDRADE, Juliana Loss de. Magistratura e Mediação. In: ZANETI JR., Hermes; CABRAL, Trícia Navarro Xavier Cabral (Coord.). **Justiça Multiportas. Mediação, Conciliação, Arbitragem e outros meios de solução adequada de conflitos**. Salvador: Juspodvum, 2016.

ANDRADE, Regis de Castro. Brasil: **A economia do capitalismo selvagem**. Lua Nova: Revista de Cultura e Política. n. 57, 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010264452002000200002&script=sci_abstract&tlng=p t. Acesso em 20/09/2017.

ARAÚJO, Nádia de; FÜRST, Olivia. **Um exemplo brasileiro de uso da mediação em eventos de grande impacto: o programa de indenização do voo 447**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 91, jan./fev., 2014

AZEVEDO, André Gomma de. **Autocomposição e processos construtivos: Uma breve análise dos projeto-piloto de mediação forense e alguns dos seus resultados**. Estudos em Arbitragem, Mediação e Negociação, Brasília, v. 3, 2004.

AZEVEDO, Fernando Costa de. **Uma introdução ao direito brasileiro do consumidor**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 69, jan./mar., 2009.

BARBER, Benjamin R. **Consumido. Como o mercado corrompe crianças, infantiliza adultos e engole cidadãos**. Tradução: Bruno Casotti. Rio de Janeiro: Editora Record, 2009, p. 327.

BARBOSA, Lívía. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BARRACHINA, Paula Broseta. **La mediación en materia de consumo: antecedentes histórico-jurídicos y regulación actual**, 2015. Disponível em: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/163502/TFG_2016_BrosetaBarrachinaP aula.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19/12/2016.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 2014.

BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BRASIL. **Lei 13.105, 16 de março de 2015. Código de Processo Civil**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/13105.htm. Acesso em: 13/08/2016

BRASIL. Ministério da Justiça. **Direito do consumidor: defesa do consumidor no Brasil**. 2007. Disponível em: <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil>. Acesso em: 10/12/2016.

BRITTO, Igor Rodrigues. SANTOS, Ricardo Goretti. **O papel do PROCON na defesa qualificada dos interesses dos consumidores: o acesso à justiça e os métodos alternativos de resolução de conflitos de consumo**. Revista Eletrônica de Direito Processual, v. IV, jul./dez., 2009. Disponível em: <http://www.arco.org.br/periodicos/revista-eletronica-de-direito-processual/volume-iv/o-papel-do-procon-na-defesa-qualificada-dos-interesses-dos-consumidores-o-acesso-a-justica-e-os-metodos-alternativos-de-resolucao-de-conflitos-de-consumo>. Acesso em: 21/09/2017.

CÁCERES, Eliana. **Os direitos básicos do consumidor: uma contribuição**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 10, abr./jun., 1994.

CALMON, Petrônio. **Fundamentos da mediação e da conciliação**. 3. ed. Brasília: Gazeta Jurídica, 2015.

CAMPBELL, Colin. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Tradução: Mauro Gama. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2001.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

CAPPELLETTI, Mauro; GARTH, Bryant. **Acesso à justiça**. Porto Alegre: Fabris, 1988.

CARRASCO, Manuel Izquierdo. **La mediación en conflictos de consumo en la legislación de la unión europea y en espana**. Mediação e Relações de Consumo, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://www.academia.edu/11636062/MEDIA%C3%87%C3%83O_E_RELAC%C3%87%C3%95ES_DE_CONSUMO>. Acesso em: 19/12/2016.

CARRASCO, Marta Blanco. **La alternativa de lá mediación em conflictos de consumo: presente y futuro.** Anuário Jurídico y Económico Escorialense. XLII, 2009. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2916233.pdf>. Acesso em: 03/12/2016.

CARVALHO, Jorge Morais. **A consagração legal da mediação em Portugal.** Julgar, n. 15, 2011. Disponível em: <http://julgar.pt/wp-content/uploads/2014/07/11-DIVULGAR-A-Media%C3%A7%C3%A3o-em-Portugal.pdf>. Acesso em: 03/12/2016.

CARVALHO, Jorge Morais; FERREIRA, João Pedro Pinto; CARVALHO, Joana Campos. **Manual de Resolução Alternativa de Litígios de Consumo.** Coimbra: Almedina, 2017.

CATALAN, Marcos. **Um sucinto inventário de 25 anos de vigência do Código de Defesa do Consumidor no Brasil.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n.103, 2016.

CEBOLA, Cátia Marques. **A mediação nos conflitos de consumo em Portugal.** Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo. v. VI, n. 15. set., 2014. Disponível em: http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/76610/mediacao_conflitos_consumo_cebola.pdf. Acesso em 03/12/2016.

CEBOLA, Cátia Marques. **Mediação e arbitragem de conflitos de consumo: panorama português.** Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, Curitiba, v. II, n. 2, jun., 2012. Disponível em: <http://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/93919>. Acesso em: 12/12/2016.

CONSELHO FEDERAL DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. Resolução 02/2015. **Aprova o Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil – OAB.** Disponível em: <http://www.oab.org.br/Content/pdf/novo-ced.pdf>. Acesso em 08/09/2016

CORDEIRO, Carlos José. GOMES, Josiane Araújo. **Juizados Especiais Cíveis e litígios consumeristas: necessidade de especialização jurisdicional.** Revista CNJ, Brasília, 2015. Disponível em: https://www.academia.edu/29007798/RevistaCNJ2015_co_pia.pdf. Acesso em: 01/06/2017.

CORTINA, Adela. **Por una ética de consumo. La ciudadanía del consumidor em um mundo global.** Madrid: Santillana Ediciones Generales, 2002.

CUNHA, Leonardo Carneiro da; NETO, João Luiz Lessa de Azevedo. **A mediação e a conciliação no projeto do novo CPC: Meios integrados de resolução.** Revista de Direito Dom Alberto, v. 1, n. 5, 2014 Disponível em: <http://domalberto.ning.com/page/rdda-05-artigos>. Acesso em: 25/01/2016.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo.** Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1994.

DÍAZ, Susana Rodríguez. **Consumo y Sociedad: Una visión crítica del homo consumens.** Nómadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. n. 34, Madrid, 2012. Disponível em: <http://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/viewFile/40739/39058>. Acesso em: 21/09/2017.

DIREÇÃO GERAL DA POLÍTICA DE JUSTIÇA. Disponível em:

<http://www.siej.dgpj.mj.pt/webeis/index.jsp?username=Publico&pgmWindowName=pgmWindow_636164611300468750>. Acesso em: 19/12/2016.

EPSTEIN, Lee. **Pesquisa empírica em direito: as regras de inferência**. São Paulo: Direito GV, 2013. Disponível em: file:///C:/Users/Ardala/Downloads/Pesquisa_empirica_em_direito.pdf. Acesso em: 01/11/2017. Acesso em: 20/11/2017.

FARIAS, Cristiano Chaves. **A proteção do consumidor na era da globalização**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 41, jan./mar., 2002.

FIGUEIRA JÚNIOR, Joel Dias. **Acesso à jurisdição arbitral e os conflitos decorrentes das relações de consumo**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 37, jan./março, 2001.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **A tutela administrativa do consumidor. Sanções a cargo dos Procons: sobrecarga, ineficiência e abusos reiterados dos fornecedores**. Revista do Advogado, São Paulo, n. 130, ago., 2016.

FIORELLI, José Osmir. FIORELLI, Maria Rosa; MALHADAS JUNIOR, Marcos Julio Olivé. **Mediação e solução de conflitos: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2008.

FROTA, Renata Marques da. **Mediação e conciliação de conflitos de consumo: uma análise luso-brasileira**. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, Curitiba, v. VI, n. 22, jun., 2016.

GAGLIETTI, Mauro José. **Os conflitos sociais no âmbito do superendividamento e a mediação como forma de trata-los**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 107, set./out., 2016.

GOMES, Ana Paula Maria Araújo. **A tutela administrativa do consumidor pelo Procon e as perspectivas do projeto de lei 5.196/2013**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 107, set./out., 2016.

GOUVÊA NETO, Flávio de Freitas. **Arbitragem de consumo como a da Espanha aceleraria resolução de demandas**. 2015. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-nov-14/flavio-gouvea-arbitragem-consumo-aceleraria-resolucao-demandas#author>>. Acesso em: 20/12/2016.

GOUVEIA, Mariana França. **Mediação e Processo Civil**. [2016]. Disponível em: <www.fd.unl.pt/docentes_docs/ma/MFG_MA_11326.doc>. Acesso em: 19/12/2016.

GRINOVER, Ada Pellegrini. et. al. **Código do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

GRINOVER, Ada Pellegrini. **Os fundamentos da justiça conciliativa**. In: GRINOVER, Ada Pellegrini; WATANABE, Kazuo; LAGRASTA NETO, Caetano (Coord.). **Mediação e Gerenciamento de Processo**. São Paulo: Atlas, 2007.

GUERRA, Lurdes; CUNHA, Pedro. **A mediação nos Julgados de Paz: perspectivas de alguns atores da justiça em Portugal**. Revista de Sociologia Configurações, Braga, 2014. Disponível

em: <https://configuracoes.revues.org/2461>. Acesso em 25/01/2016.

GUSTIN, Miracy B. S. **Repensando a pesquisa jurídica**. Belo Horizonte: DelRey Editora, 2015.

HOMEM, Maria Lúcia. **Entre próteses e prozacs. O sujeito contemporâneo imerso na descartabilidade da sociedade de consumo**. Estudos Gerais de Psicanálise: Segundo Encontro Mundial, Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: http://egp.dreamhosters.com/encontros/mundial_rj/download/4_Homem_135161003_port.pdf. Acesso em: 23/11/2017.

KLAUSNER, Eduardo Antônio. **A globalização e a proteção do consumidor brasileiro**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 97, jan./fev., 2015.

LEITE, Carlos Henrique Bezerra; SANTOS, Ricardo Goretti. **O dever fundamental de proteção ao meio ambiente consumerista saudável e o incentivo à criação, pelos fornecedores, de mecanismos alternativos de gestão de conflitos**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 98, março/abril, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**. Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero. A moda e seus destinos nas sociedades modernas**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

LUCHETE, Felipe. **Mediação no Procon-SP fará consumidor "pular" etapas no Judiciário**. 2015. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-ago-27/mediacao-procon-sp-consumidor-pular-etapas-judiciario>>. Acesso em: 19/12/2016.

LUCHIARI, Valeria Ferioli Lagrasta. **Mediação judicial: análise da realidade brasileira: origem e evolução até a Resolução 125 do Conselho Nacional de Justiça**. Rio de Janeiro: Forense, 2012.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura & Consumo. Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Tradução: Fernanda Eugenio. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MELLO, João Manoel Cardoso de. NOVAIS, Fernando A. **Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna**. 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2009.

MELLO, Kátia Sento Sé. BAPTISTA, Bárbara Gomes Lupetti. **Mediação e conciliação no Judiciário: Dilemas e significados**. Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social. Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, jan./março, 2011. Disponível em: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4D-2vTlETccJ:https://revistas.ufrj.br/index.php/dilemas/article/download/7208/5801+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 01/06/2017.

MENDONÇA, Ângela Hara Buonomo. **A reinvenção da tradição do uso da mediação**. Revista de Arbitragem e Mediação. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 3, set./dez., 2004.

MICHEL, Andressa. **Programas de mediação e acidentes de consumo: um estudo prático de métodos alternativos de resolução de conflitos.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 80, out./dez., 2011.

MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **O Direito do Consumidor como direito fundamental – consequências jurídicas de um conceito.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 43, jul./set., 2002.

MONTEIRO FILHO, Carlos Édison do Rêgo. **O problema da massificação das demandas consumeristas: Atuação do PROCON e proposta de solução à luz do Direito.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 188, nov./dez., 2016.

NADER, Laura. **Harmonia Coercitiva: a economia política dos modelos jurídicos.** Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, n. 29, ano 9, 1994.

NASCIMENTO, DULCE. **Repensando a resolução adequada de litígios de consumo: Mediação nas relações de consumo.** Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, Curitiba, v. VI, n. 22, jun., 2016. Disponível em: <<http://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/103040>>. Acesso em: 03/12/2016.

NUNES, Dierle; SILVA, Natanael Lud Santos e; RODRIGUES JÚNIOR, Walsir Edson; OLIVEIRA, Moisés Mileb de. **Novo CPC, Lei de Mediação e os meios integrados de solução de conflitos familiares – por um sistema multiportas.** In: ZANETI JR., Hermes; CABRAL, Trícia Navarro Xavier Cabral (Coord.). Justiça Multiportas. Mediação, Conciliação, Arbitragem e outros meios de solução adequada de conflitos. Salvador: Juspodvum, 2016.

OLIVEIRA, Amanda Flávio de. **Desenvolvimento Econômico, Capitalismo e Direito do Consumidor no Brasil: Afastando o argumento de “Paternalismo Jurídico”.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 108, nov./dez. 2016.

ORSINI, Adriana Goulart de Sena. SILVA, Nathane Fernandes da. **Entre a promessa e a efetividade da mediação: uma análise da mediação no contexto brasileiro.** Revista Jurídica da Presidência, Brasília, v. 18, n. 115, jun./set., 2016. Disponível em: <https://revistajuridica.presidencia.gov.br/index.php/saj/article/view/1148>. Acesso em: 01/06/2017.

PINHO, Humberto Dalla Bernardina de. **O novo CPC e a mediação. Reflexões e ponderações.** Revista de Informação Legislativa, Brasília, n. 190, abr./jun., 2011. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/242895/000923117.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 13/08/2016.

PINHO, Humberto Dalla Bernardina de; PAUMGARTEN, Michele Pedrosa. **Os desafios para a integração entre o sistema jurisdicional e a mediação a partir do novo Código de Processo Civil. Quais as perspectivas para a justiça brasileira?** In: ALMEIDA, Diogo Assumpção Rezende de; PANTOJA, Fernanda Medina; PELAJO, Samantha. (Org.). **A mediação no novo Código de Processo Civil.** Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

PLANALTO Decreto 2181, de 20 de março de 1997. Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2181.htm. Acesso em: 19/12/2016.

PORTILHO, Fátima. **Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo.** Cadernos EBAPE.BR, 2005, p. 5. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cebape/v3n3/v3n3a05>. Acesso em: 01/05/2017.

PRUX, Oscar Ivan. **Os 25 anos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, sua história e as novas perspectivas para o século XXI.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 104, março/abril, 2016.

RECUERDO, Raquel; FRAGOSO, Suely; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011

REICHELDT, Luis Alberto. **Considerações sobre a mediação e conciliação no projeto do novo Código de Processo Civil.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 97, jan./fev., 2015.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução à sociologia da administração da Justiça.** Revista Crítica de Ciências Sociais, Coimbra, n. 21, nov., 1986.

SANTOS, Lindojon G. Bezerra dos. **A mediação e a tutela administrativa nas relações de consumo: o exemplo do portal consumidor.gov.br.** Mediação e Relações de Consumo, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/11636062/MEDIA%C3%87%C3%83O_E_RELAC%C3%87%C3%95ES_DE_CONSUMO. Acesso em: 11/09/2016.

SASSATELLI, Roberta. **Consumo, Cultura y Sociedad.** 1. ed. Buenos Aires: Amorrortu, 2012.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Mediação em contratos de planos e de seguros de saúde.** Mediação e Relações de Consumo, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/11636062/MEDIA%C3%87%C3%83O_E_RELAC%C3%87%C3%95ES_DE_CONSUMO. Acesso em: 14/12/2016.

SILVA FILHO, Artur Marques. **Código do Consumidor: Responsabilidade civil pelo fato do produto e do serviço.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 666, abr., 1991.

SILVA, Irapuã Santana do Nascimento da. **Existe Possibilidade de Acordo no Novo CPC?** In: ZANETTI JR., Hermes; CABRAL, Trícia Navarro Xavier Cabral (Coord.). Justiça Multiportas. Mediação, Conciliação, Arbitragem e outros meios de solução adequada de conflitos. Salvador: Juspodvum, 2016.

SILVA, Joseane Suzart Lopes da. **Tutela administrativa do consumidor: uma análise crítica acerca do panorama atual em busca da necessária efetividade.** Revista 2012.1 – 24 – Professora Marília Muricy Machado Pinto, 2012. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/rppgd/article/download/11891/8460>>. Acesso em: 20/12/2016.

SILVA, Rogério. A defesa do consumidor: políticas públicas e fortalecimento das estruturas que regulam as relações de consumo. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN. Luiz Fernando Del Rio (Org.). **Relações de Consumo. Políticas Públicas.** 6. ed. Caxias do Sul:

Plenum, 2015. p. 209-224.

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÕES DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Boletim SINDEC 2016**. Disponível em: <http://www.justica.gov.br/noticias/mais-de-2-7-milhoes-de-consumidores-registraram-reclamacoes-em-2016/boletim-sindec-2016.pdf>. Acesso em 20/09/2017.

SLATER, Don. **Cultura do Consumo & Modernidade**. Tradução: Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

SOARES, Paulo Brasil Dill; JAEGER, Amanda Marçal Séve; SILVA, Gisele Loureiro da. **A mediação como solução dos conflitos decorrentes do superindivíduo nas relações de consumo: estudo comparativo dos sistemas americano e europeu**. Revista Direito em (Dis) Curso. Londrina, n. 2, julho/dez., 2012.

SODRE, Marcelo Gomes. **A construção do direito do consumidor. Um estudo sobre a origem das leis principiológicas de defesa do consumidor**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

SOUZA, Mariana Freitas; PIMENTEL, Wilson. O novo CPC e sua dose de regulamentação dos mecanismos alternativos de solução de disputas. In: ALMEIDA, Diogo Assumpção Rezende de; PANTOJA, Fernanda Medina; PELAJO, Samanta (Org.). **A mediação no novo Código de Processo Civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

SPENGLER, Fabiana Marion. **Da Jurisdição à Mediação: por uma outra cultura no Tratamento de Conflitos**. 2. ed. Ijuí: Editora Unijuí, 2016.

SPENGLER, Fabiana Marion. **Mediação de conflitos – da teoria à prática**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2016.

TARTUCE, Fernanda. Advocacia e meios consensuais: novas visões, novos ganhos. In: SILVEIRA, João José Custódio da; AMORIM, José Roberto Neves. (Org.). **A nova ordem das soluções alternativas de conflitos e o Conselho Nacional de Justiça**. v. 1. Brasília: Gazeta Jurídica, 2013.

TARTUCE, Fernanda. Mediação no Novo CPC: questionamentos reflexivos. In: FREIRE, Alexandre; MEDINA, José Miguel Garcia; DIDIER JR., Fredie; DANTAS, Bruno; NUNES, Dierle; OLIVEIRA, Pedro Miranda de. (Org.). **Novas Tendências do Processo Civil: estudos sobre o projeto do novo Código de Processo Civil**. Salvador: Editora Jus Podivm, 2013.

TARTUCE, Fernanda. **Mediação nos conflitos civis**. 2. ed. São Paulo: Editora Método, 2015.

VASCONCELOS, Carlos Eduardo de. **Mediação de conflitos e práticas restaurativas**. São Paulo: Método, 2008.

WARAT, Luís Alberto. **Surfando na Pororoca: O ofício do Mediador**. v. 3. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2004.

WATANABE, Kazuo. Cultura da sentença e cultura da pacificação. In: YARSHELL, Flávio Luiz; MORAES, Maurício Zanoide de (Coord.). **Estudos em homenagem à professora Ada Pellegrini Grinover**. São Paulo: DPJ Editora, 2005.

ZORNOSA, Alejandro. **Mediación e intermediación en el arbitraje de consumo. dos realidades superpuestas.** [2015]. Disponível em: <https://studylib.es/doc/4951044/mediaci%C3%B3n-e-intermediaci%C3%B3n-en-el-arbitraje-de>. Acesso em: 25/01/2017.

**APÊNDICE A – Tabelas relativas aos assuntos mais demandados no Poder Judiciário,
nos anos de 2014, 2015 e 2016 de acordo com os dados do Relatório Justiça em Números
do Conselho Nacional de Justiça**

Ano base 2014		
Matéria	Número de processos	Percentual
Direito do Trabalho (rescisão de contrato/verbas rescisórias)	5.281.354	10,39%
Direito Civil (obrigações/contratos)	2.827.191	5,56%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/ indenização por danos extrapatrimoniais)	2.039.288	4,01%
Direito Tributário (dívida ativa)	1.642.997	3,23%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais)	1.258.733	2,48%
Direito Civil (família/alimentos)	1.023.112	2,01%
Direito Civil (obrigações/títulos de crédito)	842.560	1,66%
Direito Processual Civil e do Trabalho (liquidação - cumprimento execução/obrigação de fazer e não fazer)	784.756	1,54%
Direito Administrativo e outras matérias de Direito Público (organização político administrativa/administração pública/FGTS)	761.444	1,50%
Direito Civil (obrigações/inadimplemento)	714.364	1,41%
Direito do Trabalho (responsabilidade civil do empregador/indenização por danos extrapatrimoniais)	700.595	1,38%
Direito do Trabalho (remuneração/verbas indenizatórias e benefícios/salários e diferenças salariais)	687.621	1,35%
Direito Processual Civil e do Trabalho (processo e procedimento/antecipação de tutela/tutela específica)	687.508	1,35%
Direito do Trabalho (rescisão de contrato/seguro desemprego)	673.809	1,33%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por dano material)	658.534	1,30%

Direito Civil (família/casamento)	635.194	1,25%
Direito Civil (coisas/propriedade)	626.8112	1,23%
Direito Tributário (impostos/IPTU)	615.289	1,21%
Direito Processual Civil e do Trabalho (partes e procuradores/ assistência judiciária gratuita)	609.494	1,20%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie)	605.328	1,19%

Ano base 2015		
Matéria	Número de processos	Percentual
Direito do Trabalho (rescisão de contrato/verbas rescisórias)	4.980.359	11,75%
Direito Civil (obrigações/contratos)	1.953.651	4,61%
Direito Tributário (dívida ativa)	1.737.606	4,10%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos extrapatrimoniais)	1.667.654	3,94%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais)	903.628	2,13%
Direito Civil (família-alimentos)	836.634	1,97%
Direito do Trabalho (responsabilidade civil do empregador/indenização por danos extrapatrimoniais)	736.906	1,74%
Direito Civil (obrigações/ títulos de crédito)	705.266	1,66%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie)	623.889	1,47%
Direito Processual Civil e do Trabalho (processo e procedimento/antecipação de tutela/tutela específica)	593.051	1,40%
Direito do Trabalho (remuneração/verbas indenizatórias e benefícios/salários e diferenças salariais)	556.210	1,31%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por dano material)	525.117	1,24%

Direito Processual Civil e do Trabalho (objetos de cartas precatórias/de ordem/citação)	501.203	1,18%
Direito do Trabalho (rescisão de contrato/seguro desemprego)	489.125	1,15%
Direito Penal (crimes legislação extravagante/tráfico ilícito e uso indevido de drogas)	487.366	1,15%
Direito Processual Civil e do Trabalho (liquidação/cumprimento/execução/obrigação de fazer e não fazer)	468.950	1,11%
Direito Civil (família – casamento)	464.689	1,10%
Direito Processual Civil e do Trabalho (objetos de cartas precatórias/de ordem/intimação)	459.201	1,08%
Direito Tributário (impostos – IPTU)	451.571	1,07%
Direito Civil (obrigações/inadimplemento)	449.869	1,06%

Ano base 2016		
Matéria	Número de Processos	Percentual
Direito Civil (obrigações/espécies de contratos)	1.944.996	3,83%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos morais)	1.760.905	3,46%
Direito Tributário (dívida ativa)	1.151.179	2,27%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais)	1.001.889	1,97%
Direito Civil (família – alimentos)	853.049	1,68%

APÊNDICE B – Tabelas relativas aos assuntos mais demandados nas Turmas Recursais e Juizados Especiais Cíveis, respectivamente, nos anos de 2014, 2015 e 2016 de acordo com os dados do Relatório Justiça em Números do Conselho Nacional de Justiça

Ano base 2014		
Matéria	Número de processos	Percentual
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos extrapatrimoniais)	130.640	9,565%
Direito Administrativo e outras matérias de Direito Público (organização político administrativa/administração pública/FGTS)	118.018	8,64%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/auxílio doença)	86.735	6,35%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/aposentadoria por invalidez)	59.413	4,35%
Direito Civil (obrigações/espécies de contratos)	58.010	4,25%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por dano extrapatrimonial)	55.400	4,05%
Direito Administrativo e outras matérias de Direito Público (servidor público civil/sistema remuneratório e benefícios)	53.040	3,88%
Direito Previdenciário (renda mensal inicial/reajustes e revisões específicas)	43.948	3,22%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie – benefício assistencial)	32.623	2,39%
Direito Civil (responsabilidade civil)	30.786	2,25%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor)	30.451	2,23%
Direito Processual Civil e do Trabalho (processo e procedimento/antecipação de tutela/tutela específica)	29.416	2,15%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie – aposentadoria por idade)	29.027	2,12%
Direito do Consumidor (contratos de consumo - bancários)	27.156	1,99%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie – aposentadoria por tempo de contribuição)	26.291	1,92%

Direito Civil (obrigações – atos unilaterais)	25.114	1,84%
Direito do Consumidor (contratos de consumo - telefonia)	23.884	1,75%
Direito Previdenciário (renda mensal/reajustes e revisões específicas)	23.684	1,73%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por dano material)	22.409	1,64%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por dano material)	21.533	1,58%

Ano base 2015		
Matéria	Número de processos	Percentual
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos extrapatrimoniais)	144.499	12,98%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais)	71.637	6,43%
Direito Civil (obrigações/espécies de contratos)	62.298	5,59%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/auxílio doença)	56.517	5,08%
Direito Administrativo e outras matérias de Direito Público (servidor público civil/sistema remuneratório e benefícios)	38.064	3,42%
Direito Civil (obrigações/atos unilaterais)	36.611	3,29%
Direito Previdenciário (benefícios especiais/aposentadoria por invalidez)	33.547	3,01%
Direito Processual Civil e do Trabalho (liquidação/cumprimento/execução/obrigação de fazer e não fazer)	32.419	2,91%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por dano extrapatrimonial)	32.148	2,89%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/aposentadoria por idade)	21.054	1,89%
Direito Previdenciário (renda mensal inicial)	20.993	1,89%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/benefício assistencial)	20.220	1,82%

Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por dano material)	20.004	1,80%
Direito Civil (responsabilidade civil)	19.904	1,79%
Direito do Consumidor (contratos de consumo/bancário)	19.784	1,78%
Direito do Consumidor (contratos de consumo/telefonía)	19.490	1,75%
Direito Administrativo e outras matérias de Direito Público (organização político administrativa/administração pública/FGTS)	18.670	1,68%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/aposentadoria por tempo de contribuição)	15.993	1,44%
Direito Processual Civil e do Trabalho (processo e procedimento/antecipação de tutela/tutela específica)	14.974	1,34%
Direito Previdenciário (reajustes e revisões específicas)	13.527	1,21%

Ano base 2016		
Matéria	Número de Processos	Percentual
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos extrapatrimoniais)	144.754	11,95%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais)	58.421	4,82%
Direito Civil (obrigações/espécies de contratos)	43.037	3,55%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos materiais)	40.159	3,32%
Direito Processual Civil e do Trabalho (liquidação/cumprimento/execução/obrigação de fazer e não fazer)	32.474	2,68%

Ano base 2014		
Matéria	Número de processos	Percentual
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos extrapatrimoniais)	1.033.762	12,39%

Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais)	669.356	8,02%
Direito Administrativo e outras matérias de Direito Público (organização político-administrativa/administração pública/FGTS)	576.744	6,91%
Direito Civil (obrigações/espécies de contratos)	366.886	4,40%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/auxílio doença)	338.238	4,05%
Direito Processual Civil e do Trabalho (liquidação/cumprimento/execução/obrigação de fazer e não fazer)	334.278	4,01%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por dano material)	313.522	3,76%
Direito Civil (obrigações/espécies de títulos de crédito)	257.649	3,09%
Direito Civil (obrigações/inadimplemento)	241.426	2,89%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por dano material)	241.406	2,89%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/aposentadoria por invalidez)	214.342	2,57%
Direito Processual Civil e do Trabalho (processo e procedimento/antecipação de tutela/tutela específica)	195.072	2,34%
Direito do Consumidor (contratos de consumo/financiamento de produto)	167.972	2,01%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/rescisão do contrato e devolução do dinheiro)	159.749	1,91%
Direito do Consumidor (contratos de consumo/telefonias)	158.527	1,90%
Direito Penal (crimes contra a liberdade/ameaça)	146.880	1,76%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/aposentadoria por idade)	130.205	1,56%
Direito do Consumidor (contratos de consumo/bancários)	115.243	1,38%
Direito Civil (obrigações/adimplemento e extinção)	114.799	1,38%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/benefício assistencial)	111.398	1,33%

Ano base 2015		
Matéria	Número de processos	Percentual
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos extrapatrimoniais)	1.122.593	15,47%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais)	458.947	6,3%
Direito Civil (obrigações/espécies de contratos)	330.851	4,56%
Direito Civil (obrigações/espécies de títulos de crédito)	309.354	4,26%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/auxílio doença)	304.216	4,19%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por dano material)	273.603	3,77%
Direito Processual Civil e do Trabalho (liquidação/cumprimento/execução/obrigação de fazer e não fazer)	227.758	3,14%
Direito Civil (obrigações/inadimplemento)	191.533	2,64%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por dano material)	189.525	2,61%
Direito Processual Civil e do Trabalho (processo e procedimento/antecipação de tutela/tutela específica)	183.793	2,53%
Direito Administrativo e outras matérias de Direito Público (organização político-administrativa/administração pública/FGTS)	179.090	2,47%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor)	161.861	2,23%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/aposentadoria por invalidez)	179.090	2,47%
Direito do Consumidor (contratos de consumo/telefonía)	140.119	1,93%
Direito Penal (crimes contra a liberdade/ameaça)	124.069	1,71%
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/rescisão do contrato e devolução do dinheiro)	114.049	1,57%
Direito Previdenciário (benefícios em espécie/benefício assistencial)	96.429	1,33%
Direito Penal (contravenções penais)	88.825	1,22%

Direito Administrativo e outras matérias de Direito Público (servidor público civil/sistema remuneratórios e benefícios)	88.309	1,22%
Direito Penal (crimes legislação extravagante/crimes de trânsito)	84.368	1,16%

Ano base 2016		
Matéria	Número de Processos	Percentual
Direito do Consumidor (responsabilidade do fornecedor/indenização por danos extrapatrimoniais)	1.234.983	15,15%
Direito Civil (responsabilidade civil/indenização por danos extrapatrimoniais)	554.922	6,81%
Direito Civil (obrigações/espécies de títulos de crédito)	345.149	4,23%
Direito Civil (obrigações/espécies de contratos)	338.750	4,16%
Direito do Consumidor (reponsabilidade do fornecedor/indenização por dano material)	268.834	3,30%

APÊNDICE C – Tabela relativa às medições pré-processuais, realizadas no CEJUSC, no período de janeiro de 2015 a dezembro de 2016.

Mediações Pré-processuais 2015				
Nº do pedido	Data do pedido	Resultado da mediação	Data da mediação	Data do encerramento
Janeiro				
001/3140049694-8	26/11/2014	não houve acordo	21/01/2015	23/01/2015
001/3140049126-1	24/11/2014	ausente o convidado	21/01/2015	23/01/2015
001/3140050077-5	28/11/2014	ausente o solicitante	28/01/2015	23/01/2015
001/3140048524-5	20/11/2014	ausente convidado	19/02/2015	28/03/2016
001/3140049663-8	26/11/2014	acordo	27/01/2015	09/03/2015
001/3140049653-0	26/11/2014	acordo	27/01/2015	06/02/2015
001/3140049866-5	27/11/2014	ausente o convidado	21/01/2015	27/01/2015
001/3140049624-7	26/11/2014	acordo	22/01/2015	23/01/2015
001/3150000921-6	16/01/2015	ausentes os mediandos	23/01/2015	28/03/2016
001/3150000472-9	13/01/2015	ausente o convidado	23/01/2015	28/03/2016
001/3140049653-0	26/11/2014	acordo	27/01/2015	06/02/2015
Fevereiro				
001/3140052031-8	12/12/2014	acordo	09/02/2015	10/03/2015
001/3140048524-5	20/11/2014	ausente o convidado	19/02/2015	28/03/2016
Março				
001/3140048524-5	20/11/2014	ausente o convidado	19/02/2015	28/03/2016
001/3140051070-3	04/12/2014	ausentes os mediandos	15/04/2015	15/12/2015
001/3140049878-9	27/11/2014	ausente o solicitante	20/05/2015	21/05/2015

001/3150002554-8	05/02/2015	acordo	25/03/2015	31/03/2015
001/3150003383-4	12/02/2015	ausente o solicitante	11/03/2015	19/03/2015
001/3150000970-4	19/01/2015	ausente o convidado	12/03/2015	31/03/2015
001/3150004519-0	26/02/2015	acordo	25/03/2015	31/03/2015
001/3150004505-0	26/02/2016	acordo	30/03/2015	30/03/2015
001/3150003392-3	12/02/2015	não houve acordo	18/03/2015	16/07/2015
001/3150004030-0	23/02/2015	ausente o convidado	26/03/2015	30/03/2015
0013150002049-0	28/01/2015	ausente o convidado	05/05/2015	05/05/2015
001/3140052298-1	16/12/2014	ausente o convidado	09/04/2015	09/04/2015
001/3150002480-0	04/02/2015	acordo	06/03/2015	04/02/2015
001/3150003383-4	19/03/2015	ausente o convidado	11/03/2015	19/03/2015
001/3150003392-3	12/02/2015	não houve acordo	18/03/2015	16/07/2015
001/3150003717-1	18/02/2015	ausente o convidado	19/03/2015	19/03/2015
001/3150004030-0	23/02/2015	ausente o convidado	20/03/2015	30/03/2015
001/3150002878-4	06/02/2015	ausentes os mediandos	23/03/2015	28/04/2015
001/3150004215-	24/02/2015	acordo	24/03/2015	02/04/2015
001/3150002554-8	05/02/2015	acordo	25/03/2015	31/03/2015
001/3150004211-6	24/02/2015	ausente o convidado	24/03/2015	24/03/2015
001/3150004522-0	26/02/2015	não houve acordo	25/03/2015	13/05/2015
Abril				
001/3150004460-7	26/02/2015	não houve acordo	01/04/2015	02/04/2015
001/3150004958-7	04/03/2015	ausente o convidado	15/04/2015	15/04/2015
001/3140051070-3	04/12/2014	ausente o solicitante	15/04/2015	15/04/2015
001/3140049071-0	24/11/2014	ausente o solicitante	17/04/2016	11/05/2015

001/3150009251-2	13/04/2015	não houve acordo	23/04/2015	20/05/2015
001/3150002878-4	06/02/2015	ausentes os mediandos	24/04/2015	28/04/2015
Mai				
001/3150007773-4	26/03/2015	ausente o convidado	06/05/2015	06/05/2015
001/3150006351-2	13/03/2015	ausente o solicitante	07/12/2015	09/12/2015
001/3150007210-4	23/03/2015	ausentes os mediandos	04/05/2015	04/05/2015
001/3150002049-0	28/01/2015	ausente o convidado	04/05/2015	05/05/2015
001/3150006542-6	16/03/2015	ausente o convidado	06/05/2015	25/05/2015
001/3150007209-0	23/03/2015	ausente o convidado	06/05/2015	06/05/2015
001/3150006354-7	13/03/2015	ausentes os mediandos	07/06/2015	19/06/2015
001/3150007138-8	20/03/2015	não houve acordo	26/05/2015	26/05/2015
001/3150008433-1	01/04/2015	ausente o solicitante	14/05/2015	14/05/2015
001/3150005785-7	10/03/2015	ausente o solicitante	14/05/2015	15/05/2015
001/3150008447-1	01/04/2015	não houve acordo	18/06/2015	19/06/2015
001/3150008786-1	02/04/2015	ausentes os mediandos	15/05/2015	15/04/2015
001/3150006441-1	16/03/2015	ausente o solicitante	15/05/2015	15/05/2015
001/3150007922-2	27/03/2015	ausente o convidado	15/06/2015	16/06/2015
001/3150010106-6	17/04/2015	ausente o convidado	18/06/2015	19/06/2015
001/3150009108-7	09/04/2015	ausentes os mediandos	16/06/2015	16/06/2015
001/3150009777-8	16/04/2015	ausente o solicitante	22/06/2015	23/06/2015
001/3150010093-0	17/04/2015	não houve acordo	22/06/2015	23/06/2015
001/3150027167-0	30/07/2015	acordo	08/09/2015	15/09/2015
Junho				
001/3150010324-7	22/04/2015	ausente os mediandos	05/06/2015	05/06/2015

001/3150018442-5	27/05/2015	acordo	15/06/2015	23/06/2015
001/3150010722-6	24/04/2015	acordo	03/07/2015	07/07/2015
001/3150014729-5	08/05/2015	ausente o convidado	10/07/2015	15/07/2015
001/3150011924-0	28/04/2015	acordo	16/06/2015	22/06/2015
001/3150014743-0	08/05/2016	ausente o convidado	05/06/2015	05/06/2015
001/3150011909-7	28/04/2015	ausentes os medianos	05/06/2015	19/06/2015
001/3150014286-2	07/05/2015	ausente o convidado	05/06/2015	05/06/2015
001/3150011298-0	24/04/2015	ausente o convidado	08/06/2015	20/07/2015
001/3150010093-0	17/04/2015	não houve acordo	22/06/2015	23/06/2015
001/3150011858-9	28/04/2015	acordo	08/06/2015	12/06/2015
001/3150017090-4	18/05/2015	acordo	29/06/2015	07/07/2015
001/3150015666-9	12/05/2015	não houve acordo	30/06/2015	06/07/2015
001/3150020100-1	09/06/2015	ausente o solicitante	30/06/2015	05/08/2015
001/3150019972-4	09/06/2015	ausente o convidado	30/06/2015	03/07/2015
001/3150019978-3	09/06/2015	ausente o solicitante	30/06/2015	14/07/2015
001/3150020123-0	09/06/2015	acordo	30/06/2015	06/07/2015
001/3150018973-7	29/05/2015	ausente o convidado	30/06/2015	14/07/2015
Julho				
001/3150019211-8	01/06/2015	não houve acordo	10/07/2015	14/07/2015
001/3150019507-9	03/06/2015	acordo	06/07/2015	09/07/2015
001/3150010377-8	22/04/2015	não houve acordo	05/06/2015	07/07/2015
001/3150019472-2	03/06/2015	não houve acordo	06/07/2015	06/04/2015
001/3150019481-1	03/06/2015	ausente convidado	07/07/2015	07/07/2015
001/3150019633-4	05/06/2015	ausente convidado	08/07/2015	20/07/2015

001/3150014729-5	08/05/2015	ausente convidado	10/07/2015	15/07/2015
001/3150017611-2	21/05/2015	acordo	10/07/2015	20/07/2015
001/3150020636-4	15/06/2015	acordo	15/07/2015	30/07/2015
001/3150020699-2	15/06/2015	ausente solicitante	15/07/2015	20/07/2015
001/3150021028-0	17/06/2015	não houve acordo	20/07/2015	22/07/2015
001/3150021138-4	17/06/2015	não houve acordo	17/09/2015	21/09/2015
001/3150021562-2	19/06/2015	ausente convidado	21/07/2015	22/07/2015
001/3150021470-7	19/06/2015	ausente convidado	23/07/2015	23/07/2015
001/3150022115-0	25/06/2015	ausente convidado	23/07/2015	23/07/2015
001/3150022066-9	24/06/2015	acordo	23/07/2015	24/07/2015
001/3150022075-8	24/06/2015	ausente convidado	24/07/2015	24/07/2015
001/3150021853-2	23/05/2015	não houve acordo	28/07/2015	27/07/2015
001/3150021813-3	22/06/2015	ausente convidado	27/07/2015	27/07/2015
001/315002153-9	23/06/2015	ausente convidado	04/08/2015	05/08/2015
001/3150022901-1	02/07/2015	ausente solicitante	28/07/2015	02/07/2015
001/3150025040-1	20/07/2015	ausente convidado	30/07/2015	30/07/2015
001/3150010722-6	24/04/2015	acordo	03/07/2015	07/07/2015
001/3150019972-4	09/06/2015	não houve acordo	03/07/2015	03/07/2015
001/3150015666-9	12/05/2015	não houve acordo	06/07/2015	06/07/2015
001/3150018973-7	29/05/2015	ausente convidado	10/07/2015	14/07/2015
001/3150019211-8	01/06/2015	não houve acordo	10/07/2015	14/07/2015
001/3150011298-0	27/04/2015	ausente solicitante	13/07/2015	20/07/2015
Agosto				
001/3150024608-0	16/07/2015	não houve acordo	13/08/2015	27/08/2015

001/3150023281-0	06/07/2015	não houve acordo	05/08/2015	11/09/2015
001/3150024300-6	14/07/2015	ausente o convidado	06/08/2015	06/08/2015
001/3150028034-3	03/08/2015	não houve acordo	21/08/2015	27/08/2015
001/3150026847-5	29/07/2015	acordo	24/08/2015	28/08/2015
001/3150028240-0	05/08/2015	ausente o convidado	25/08/2015	27/08/2015
001/3150026790-8	28/07/2015	ausente o convidado	26/08/2015	27/08/2015
001/3150026777-0	28/07/2015	ausente o convidado	27/08/2015	27/08/2015
001/3150021138-4	17/06/2015	não houve acordo	27/08/2015	21/09/2015
Setembro				
001/3150030589-3	20/08/2015	ausente o convidado	14/09/2015	21/09/2015
001/3150030033-6	17/08/2015	acordo	14/09/2015	16/09/2015
001/3150025603-5	22/07/2015	ausente o convidado	15/09/2015	15/09/2015
001/3150029944-3	17/08/2016	ausentes os mediandos	15/09/2015	15/09/2015
001/3150031822-7	27/08/2015	ausente o convidado	16/09/2015	25/09/2015
001/3150031907-0	28/08/2015	acordo	16/09/2015	21/09/2015
001/3150031676-3	27/08/2015	acordo	05/10/2015	07/10/2015
001/3150032249-6	01/09/2015	ausentes os mediandos	28/09/2015	28/09/2015
001/3150032284-4	01/09/2015	ausentes os mediandos	04/12/2015	04/12/2015
Outubro				
001/3150034605-0	18/09/2015	não houve acordo	30/11/2015	30/11/2015
001/3150034229-2	17/09/2015	ausente o convidado	28/10/2015	06/11/2015
Novembro				
001/3150035467-3	25/09/2015	ausentes os mediandos	05/11/2015	05/11/2015
001/3150035562-9	28/09/2015	acordo	12/02/2016	12/02/2016

001/3150036329-0	02/10/2015	ausente o convidado	04/12/2015	04/12/2015
Dezembro				
001/3150038763-6	26/10/2015	ausente o convidado	07/12/2015	09/12/2015
001/3150037313-9	13/10/2015	ausentes os mediandos	07/12/2015	09/12/2015
001/3150034437-6	17/09/2015	ausente o solicitante	07/12/2015	09/12/2015
001/3150006351-2	13/03/2015	ausente o solicitante	07/12/2015	09/12/2015
001/3150040381-0	09/11/2015	não houve acordo	18/12/2015	26/01/2016
001/3150040374-7	09/11/2015	ausente o solicitante	27/01/2016	01/03/2016
2016				
Janeiro				
001/3150041912-0	23/11/2015	ausente o convidado	25/01/2016	01/03/2016
001/3150042073-0	24/11/2015	acordo	26/01/2016	29/01/2016
001/3150043076-0	02/12/2015	não houve acordo	09/05/2016	17/05/2016
001/3150042540-6	27/11/2015	não houve acordo	01/03/2016	02/03/2016
001/3150042517-1	27/11/2015	não houve acordo	27/01/2016	01/03/2016
001/3150043079-5	02/12/2015	ausente o solicitante	11/04/2016	14/04/2016
Fevereiro				
001/3150035562-9	28/09/2015	acordo	12/02/2016	12/02/2016
001/3150044564-4	14/12/2015	acordo	16/02/2016	01/03/2016
Março				
001/3160002994-4	11/02/2016	ausentes os mediandos	08/04/2016	14/04/2016
001/3160003187-6	12/02/2016	ausentes os mediandos	11/03/2016	14/03/2016
001/3160002218-4	27/01/2016	ausente o convidado	14/03/2016	14/03/2016
001/3160003161-2	12/02/2016	não houve acordo	18/03/2016	18/03/2016

001/3160002852-2	05/02/2016	acordo	18/03/2016	22/03/2016
001/3160002853-0	05/02/2016	ausente o convidado	15/04/2016	22/04/2016
001/3160003288-0	15/02/2016	não houve acordo	04/04/2016	08/04/2016
001/3160003285-6	15/02/2016	ausente o convidado	06/04/2016	06/04/2016
Abril				
001/3150044755-8	15/12/2015	acordo	05/04/2016	08/04/2016
001/3160003288-0	15/02/2016	não houve acordo	05/04/2016	08/04/2016
001/3160005457-4	09/03/2016	acordo	05/04/2016	12/04/2016
001/3160003983-4	23/02/2016	acordo	05/04/2016	08/04/2016
001/3160005174-5	07/03/2016	acordo	06/04/2016	08/04/2016
001/3160005399-3	08/03/2016	acordo	06/04/2016	18/04/2016
001/3160003285-6	15/02/2016	ausente o convidado	06/04/2015	06/04/2016
001/3160004400-5	26/02/2016	ausente o convidado	07/04/2016	07/04/2016
001/3160002994-4	11/02/2016	ausente o convidado	08/04/2016	14/04/2016
001/3160002853-0	05/02/2016	ausente o convidado	15/04/2016	22/04/2016
001/3150043079-5	02/12/2016	ausente o convidado	11/04/2016	14/04/2016
001/3160006289-5	18/03/2016	acordo	13/04/2016	25/04/2016
001/3160005434-5	09/03/2016	acordo	05/05/2016	14/04/2016
001/3160007663-2	01/04/2016	ausente o convidado	15/04/2016	22/04/2016
001/3160002853-0	05/02/2016	ausente o convidado	15/04/2016	22/04/2016
001/3160008018-4	05/04/2016	ausente o convidado	25/04/2016	03/05/2016
001/3160007899-6	04/04/2016	não houve acordo	25/04/2016	02/05/2016
001/3160008028-1	05/04/2016	acordo	17/05/2016	10/06/2016
001/316000832-6	06/04/2016	ausente o convidado	25/04/2016	03/05/2016

001/3160008037-0	05/04/2016	acordo	26/04/2016	23/05/2016
001/3160008221-7	06/04/2016	ausente o convidado	27/04/2016	03/05/2016
Maio				
001/3160008793-6	11/04/2016	ausente o convidado	02/05/2016	03/05/2016
001/3160008870-3	12/04/2016	não houve acordo	25/05/2016	24/05/2016
001/3160008907-6	12/04/2016	ausentes os mediandos	03/05/2016	03/05/2016
001/3160008910-6	12/04/2016	ausente o convidado	03/05/2016	04/05/2016
001/3150043076-0	02/12/2015	não houve acordo	09/05/2016	17/05/2016
001/3160005591-0	10/03/2016	não houve acordo	15/07/2016	21/07/2016
001/3160010281-1	27/04/2016	ausente o convidado	07/06/2016	09/06/2016
001/3160009912-8	22/04/2016	ausentes os mediandos	17/05/2016	17/05/2016
001/3160010086-0	25/04/2016	não houve acordo	17/05/2016	23/05/2016
001/3160008028-1	05/04/2016	acordo	17/05/2016	10/06/2016
001/3160010194-7	26/04/2016	não houve acordo	17/05/2016	23/05/2016
001/3160010215-3	26/04/2016	ausente o convidado	19/05/2016	23/05/2016
001/3160008953-0	13/04/2016	ausente o convidado	19/05/2016	23/05/2016
001/3160010830-5	02/05/2016	ausente o convidado	27/05/2016	30/05/2016
001/3160011407-0	06/05/2016	acordo	08/06/2016	31/08/2016
001/3160011178-0	04/05/2016	ausente o convidado	23/06/2016	28/06/2016
Junho				
001/3160005591-0	10/03/2016	não houve acordo	15/07/2016	21/07/2016
001/3160012044-5	12/05/2016	não houve acordo	08/06/2016	13/07/2016
001/3160011967-6	11/05/2016	não houve acordo	04/07/2016	04/08/2016
Julho				

001/3160014572-3	09/06/2016	não houve acordo	08/08/2016	09/08/2016
001/3160014575-8	09/06/2016	ausente o convidado	02/08/2016	04/08/2016
001/3160016354-3	28/06/2016	acordo	25/07/2016	04/08/2016
001/3160015970-8	22/06/2016	não houve acordo	30/08/2016	31/08/2016

APÊNDICE D – Tabela relativa às medições processuais, realizadas no CEJUSC, no período de janeiro de 2015 a dezembro de 2016.

Mediações Processuais 2015				
Processo	Data distribuição	Resultado da mediação	Data da mediação	Andamento
Janeiro				
001/1110050143-7	17/02/2011	ausentes os mediandos	27/01/2015	10/08/2017 trânsito em julgado
Março				
001/1130205708-2	25/07/2013	não houve acordo	23/03/2015	19/04/2017 trânsito em julgado
001/1140120184-0	12/05/2014	ausentes os mediandos	12/03/2015	26/10/2017 aguarda perícia
001/1130037960-0	18/02/2013	ausente o autor	13/03/2015	21/09/2016 trânsito em julgado
001/1140075814-0	25/03/2014	ausente o autor	13/03/2015	10/08/2016 trânsito em julgado
001/1130051506-7	27/02/2013	não houve acordo	13/03/2015	29/07/2015 trânsito em julgado
001/1140042882-4	18/02/2014	não houve acordo	18/03/2015	17/03/2017 remetidos ao Tribunal de Justiça
001/1150010545-8	29/01/2015	ausente o autor	20/03/2015	01/03/2017 trânsito em julgado

001/1140269662-1	02/10/2014	ausente o réu	11/03/2015	19/10/2017 remetidos ao Tribunal de Justiça
001/1110127598-8	19/05/2011	ausente a autora	01/04/2015	14/06/2016 trânsito em julgado
001/1100041312-9	24/02/2010	não houve acordo	03/03/2015	27/06/2016 trânsito em julgado
001/1140149393-0	06/06/2014	ausentes os mediandos	07/04/2015	07/02/2017 pagamento da condenação
001/1140269662-1	02/10/2016	ausente o réu	11/03/2015	19/10/2017 remetido ao Tribunal de Justiça
001/1140130300-6	15/05/2014	ausente o réu	04/03/2015	14/10/2017 aguarda citação do réu
001/1150011115-6	22/01/2015	não houve acordo	06/03/2015	31/10/2017 contrarrazões ao recurso de apelação
001/1140308154-0	19/11/2014	resultado indisponível	09/03/2015	19/05/2017 cumprimento de sentença
001/1130037960-0	18/02/2013	ausente o autor	13/03/2015	21/09/2016 trânsito em julgado
001/1140075814-0	25/03/2014	ausente o autor	13/03/2015	10/08/2016 trânsito em julgado
001/1130051506-7	27/02/2013	não houve acordo	13/03/2015	09/06/2015 celebrado acordo
001/1140127587-8	22/05/2014	ausentes os mediandos	19/03/2015	18/05/2017 remetidos ao Tribunal de Justiça

001/1150010545-8	29/01/2015	ausente o autor	20/03/2015	01/03/2017 trânsito em julgado
Abril				
001/1110127598-8	19/05/2011	ausente o autor	01/04/2015	14/06/2016 trânsito em julgado
Mai				
001/1130222646-1	13/08/2013	ausente o réu	04/05/2015	22/06/2016 trânsito em julgado
001/1140118644-1	07/05/2014	ausentes os mediandos	04/05/2015	22/09/2015 trânsito em julgado
001/1140057277-1	06/03/2014	não houve acordo	20/05/2015	08/07/2016 trânsito em julgado
001/1150019245-8	06/02/2015	não houve acordo	04/05/2015	10/05/2017 baixado
001/1120206210-6	30/08/2012	não houve acordo	04/05/2015	22/08/2017 retorno do Tribunal de Justiça
001/1140189477-2	15/07/2014	ausentes os mediandos	04/05/2015	25/10/2017 aguarda sentença
001/1150028043-8	23/02/2015	ausente o réu	05/05/2015	27/09/2017 sentença
001/1100310762-2	25/11/2010	ausente o autor	07/05/2015	05/12/2016 pagamento da condenação

001/1140278327-3	13/10/2014	não houve acordo	07/05/2015	10/07/2017 trânsito em julgado
001/1140186404-0	10/07/2014	ausentes os mediandos	08/05/2015	15/07/2017 trânsito em julgado
001/1130266210-5	23/09/2013	ausente o réu	08/05/2015	06/09/2017 trânsito em julgado
001/1140248877-8	04/09/2014	ausente o autor	11/05/2015	18/08/2017 aguarda perícia
001/1150015820-9	05/02/2015	não houve acordo	12/05/2015	21/09/2016 pagamento da condenação
001/1150023223-9	03/03/2015	ausente o autor	12/05/2015	09/12/2015 trânsito em julgado
001/1140069357-9	19/03/2014	não houve acordo	12/05/2015	27/09/2017 aguarda pagamento
001/1130162462-5	20/06/2013	ausente o autor	15/05/2015	09/10/2017 julgamento convertido em diligência
001/1140268822-0	30/09/2014	ausentes os mediandos	15/05/2015	20/10/2017 aguarda perícia
001/1150003867-0	05/03/2015	ausente o autor	19/05/2015	27/10/2017 cumprimento de sentença
001/1140057277-1	06/03/2014	não houve acordo	20/05/2015	08/07/2016 trânsito em julgado
001/1150010288-2	21/01/2015	ausentes os mediandos	21/05/2015	10/10/2017 pagamento da condenação

001/1140079120-1	28/03/2014	ausente o réu	22/05/2015	13/10/2017 trânsito em julgado
001/1130363550-0	19/12/2013	ausente o autor	27/05/2015	25/01/2017 trânsito em julgado
001/1130286042-0	15/10/2013	ausente o autor	27/05/2015	03/03/2016 recebido recurso de apelação
001/1140268051-2	01/10/2014	ausente o autor	29/06/2015	03/11/2017 aguarda pagamento
0011140295931-2	03/11/2014	ausente o réu	29/05/2015	30/05/2017 trânsito em julgado
Junho				
001/1130198462-1	25/07/2013	ausente o réu	02/07/2015	31/10/2017 aguarda perícia
001/1130341819-4	19/12/2013	ausente o autor	15/06/2015	18/01/2016 processo baixado
001/1140189199-4	15/07/2014	ausente o réu	15/06/2015	30/11/2016 trânsito em julgado
001/1140307378-4	19/11/2014	não houve acordo	25/06/2015	31/10/2017 processo redistribuído
001/1140173377-9	02/07/2014	não houve acordo	01/06/2015	01/08/2017 remetidos ao Tribunal de Justiça
001/1050097869-0	07/04/2004	não houve acordo	07/07/2015	27/04/2016 trânsito em julgado

001/1080246452-5	11/09/2008	acordo	06/08/2015	10/11/2015 processo baixado
001/1150054607-1	01/04/2015	ausentes os mediandos	10/06/2015	15/08/2017 remetidos ao Tribunal de Justiça
001/1150051520-6	27/03/2015	não houve acordo	16/06/2015	19/05/2017 aguarda sentença
001/1140074456-4	21/03/2014	ausente o autor	16/06/2015	20/07/2015 acordo homologado
001/1150057464-4	07/04/2015	ausente o autor	25/06/2015	04/10/2017 juntada de recurso de apelação
001/1150068885-2	24/04/2015	acordo	02/07/2015	02/07/2015 trânsito em julgado
001/1140279370-8	14/10/2014	ausente o autor	30/06/2015	27/10/2016 pagamento da condenação
Julho				
001/1150071734-8	04/05/2015	ausente o réu	06/07/2015	12/08/2016 remetidos ao Tribunal de Justiça
001/1150075167-8	06/05/2015	ausente o réu	06/07/2015	31/10/2017 concluso para sentença
001/1140302446-5	12/11/2014	ausentes os mediandos	07/07/2015	04/10/2017 aguarda pagamento
001/1140070520-8	19/03/2014	acordo	06/07/2015	13/10/2016 pagamento da condenação

001/1150075167-8	06/05/2015	não houve acordo	29/07/2015	31/10/2017 concluso para sentença
001/1140302446-5	12/11/2014	ausente o autor	09/07/2015	26/11/2015 publicada sentença
001/1140154402-0	12/06/2014	ausente o autor	07/07/2015	21/07/2017 trânsito em julgado
001/1140177243-0	03/07/2014	ausente o autor	08/07/2015	23/10/2015 publicada sentença
001/1140103476-5	24/04/2014	ausente o réu	09/07/2015	19/05/2017 trânsito em julgado
001/1140169820-5	26/06/2014	ausentes os mediandos	09/07/2015	28/04/2017 publicada sentença
001/1150041771-9	13/03/2015	ausentes os mediandos	10/07/2015	31/10/2017 publicada sentença
001/1150063548-1	14/04/2015	ausente o réu	14/07/2015	03/08/2016 acordo homologado
001/1110356678-5	20/12/2011	ausentes os mediandos	15/07/2015	20/05/2017 aguarda sentença
001/1150051574-5	27/03/2015	não houve acordo	14/08/2017	06/07/2015 aguarda pericia
001/1150046388-5	01/04/2015	acordo	13/03/2017	24/10/2017 suspensão para cumprimento do acordo
001/1150056080-5	07/04/2015	ausentes mediandos	29/07/2015	10/02/2017 sentença

001/1150070956-6	18/05/2015	ausentes o autor	23/07/2015	26/01/2016 sentença
001/1120204477-9	28/08/2012	não houve acordo	19/08/2015	29/06/2016 sentença
001/1150085127-3	20/05/2015	ausente o réu	30/07/2015	26/10/2017 aguarda sentença
001/1150068885-2	24/04/2015	acordo	02/07/2015	22/08/2016
001/1130071780-8	27/03/2013	ausente o réu	03/07/2015	03/11/2015 sentença
001/10500978690	07/04/2004	não houve acordo	11/08/2015	02/05/2016 trânsito em julgado
001/1150063115-0	16/04/2015	não houve acordo	09/07/2015	23/08/2016 sentença
Agosto				
001/1140304863-1	21/11/2014	não houve acordo	03/08/2015	30/10/2017 remessa ao Tribunal de Justiça
001/1140070972-6	10/10/2013	ausentes os mediandos	18/08/2015	16/08/2016 trânsito em julgado
001/1140094323-0	15/04/2014	ausente o autor	10/09/2015	08/03/2016 trânsito em julgado
001/1140149540-1	27/05/2014	ausente o autor	10/08/2015	04/011/2016 trânsito em julgado

001/1140186153-0	09/07/2014	ausente o réu	11/08/2015	25/10/2017 aguarda sentença
001/1140266761-3	26/09/2014	não houve acordo	11/08/2015	24/07/2017 remessa ao Tribunal de Justiça
001/1110158254-6	14/06/2011	não houve acordo	27/10/2015	25/10/2017 cumprimento da sentença
001/1140082483-5	01/04/2014	não houve acordo	08/09/2015	10/02/2016 trânsito em julgado
001/114015673-4	25/04/2014	acordo	18/08/2015	08/04/2016 trânsito em julgado
001/1140323418-4	11/12/2014	não houve acordo	18/08/2015	17/08/2017 fase de instrução
001/1130150662-7	20/06/2013	não houve acordo	01/09/2015	08/09/2017 remessa ao Tribunal de Justiça
001/1140264108-8	29/09/2014	não houve acordo	19/08/2015	13/10/2017 aguarda audiência de instrução
001/1150085127-3	20/05/2015	ausente o réu	30/07/2015	23/10/2017 a guarda sentença
Setembro				
001/1140094323-0	15/04/2014	ausente o autor	10/09/2015	08/03/2016 trânsito em julgado
001/1150033215-2	03/03/2015	acordo	29/09/2015	12/11/2015 trânsito em julgado

001/1150102557-1	16/06/2015	ausente o réu	29/09/2015	11/10/2017 aguarda citação por edital
001/1140193764-1	18/07/2014	não houve acordo	30/09/2015	13/05/2016 trânsito em julgado – acordo judicial
Outubro				
001/1150085091-9	20/05/2015	ausente o réu	08/10/2015	23/10/2017 trânsito em julgado
001/1140280353-3	14/10/2014	não houve acordo	09/10/2015	10/10/2017 retorno do Tribunal de Justiça
001/1150119633-3	17/07/2015	não houve acordo	05/10/2015	06/12/2016 pagamento da condenação
001/1150115372-3	15/07/2015	ausente o réu	13/10/2015	19/10/2017 aguarda sentença
001/1150129647-8	27/07/2015	não houve acordo	14/10/2015	27/10/2017 aguarda sentença
001/1150118778-1	14/07/2015	não houve acordo	04/11/2015	20/10/2017 aguarda perícia
001/1150062180-4	14/04/2015	não houve acordo	19/10/2015	09/12/2016 trânsito em julgado
001/1140313268-3	26/11/2014	não houve acordo	20/10/2015	27/07/2016 trânsito em julgado
001/1150137233-6	06/08/2015	ausente o autor	22/10/2015	09/10/2017 remetidos ao Tribunal de Justiça

001/1150127643-4	06/08/2015	não houve acordo	23/10/2015	10/10/2017 aguarda citação de um dos réus
001/1150051292-4	27/03/2015	ausente o réu	23/10/2015	12/05/2016 trânsito em julgado – acordo judicial
Novembro				
001/1140259843-3	23/09/2014	não houve acordo	13/11/2015	07/08/2017 remetido ao Tribunal de Justiça
001/1150029795-0	25/02/2015	ausente o autor	06/11/2015	19/06/2017 aguarda julgamento de recurso
001/1080257418-5	24/09/2008	ausente o autor	16/05/2016	15/08/2016 trânsito em julgado
001/1080157043-7	12/06/2008	ausente o autor	13/11/2015	04/09/2017 trânsito em julgado
001/1110079144-3	24/03/2011	ausente o réu	30/11/2015	09/05/2017 trânsito em julgado
Dezembro				
001/1150033660-3	04/03/2015	não houve acordo	02/12/2015	01/11/2017 aguarda julgamento
001/1140209725-6	30/07/2014	não houve acordo	07/12/2015	19/10/2017 aguarda citação de um dos réus
001/1140012624-0	20/01/2014	não houve acordo	14/12/2015	20/07/2017 cumprimento de sentença

001/1150024132-7	12/02/2015	não houve acordo	14/12/2015	14/03/2017 trânsito em julgado
2016				
Março				
001/1140167998-7	04/07/2014	ausentes os mediandos	03/03/2016	04/05/2016 trânsito em julgado
Abril				
001/1140018744-4	27/01/2014	acordo	04/04/2016	23/08/2016 trânsito em julgado
001/1160028884-8	07/03/2016	ausentes os mediandos	11/04/2016	21/06/2017 apresentação de réplica
001/1070176988-6	08/08/2007	não houve acordo	13/04/2016	09/11/2016 aguarda julgamento de processo incidente
001/1150066886-0	22/04/2015	não houve acordo	19/05/2016	14/12/2016 trânsito em julgado (declinada a competência)
001/1100297217-6	10/11/2010	não houve acordo	13/04/2016	02/08/2017 remetido ao Tribunal de Justiça
001/1150016527-2	30/01/2015	ausente o autor	13/04/2016	30/10/2017 aguarda julgamento
001/1150056096-1	07/04/2015	não houve acordo	13/04/2016	17/05/2017 remetido ao Tribunal de Justiça

001/1110343827-2	07/12/2011	não houve acordo	13/04/2016	01/09/2017 remetido ao Tribunal de Justiça
001/1120214683-0	10/09/2012	não houve acordo	13/04/2016	26/10/2017 aguarda julgamento
001/1150067113-5	22/04/2015	ausente o réu	13/04/2016	10/11/2017 aguarda julgamento
Maio				
001/1150076839-2	08/05/2015	acordo	19/05/2016	14/07/2016 trânsito em julgado
001/1080257418-5	24/09/2008	ausente o autor	16/05/2016	15/08/2016 trânsito em julgado
001/1050105395-0	12/07/1999	ausente o autor	25/07/2016	22/08/2017 trânsito em julgado
Junho				
001/1150157228-9	11/09/2015	não houve acordo	27/06/2016	13/11/2017 fase de instrução
Agosto				
001/1120083414-4	16/04/2012	não houve acordo	26/09/2016	13/11/2017 fase de instrução
Outubro				
001/1140284344-6	20/10/2014	ausente o autor	03/10/2016	27/06/2017 audiência de conciliação

001/1130341200-5	02/12/2013	acordo	10/10/2016	19/01/2017 trânsito em julgado
001/1130255970-3	10/09/2013	ausentes os mediandos	31/10/2016	16/10/2017 julgado
Dezembro				
001/1160016207-0	16/02/2016	não houve acordo	15/12/2016	10/10/2017 julgado
001/1150031199-6	26/02/2015	ausente o réu	13/12/2016	06/11/2017 julgado
001/1130196531-7	24/07/2013	ausente o autor	14/12/2016	24/10/2017 remetidos ao Tribunal de Justiça
001/1110316565-9	18/11/2011	ausente o autor	15/12/2016	15/09/2017 aguarda julgamento
001/1140252279-8	10/09/2014	não houve acordo	16/12/2016	08/11/2017 julgado