



**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:  
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

**2 A 6 DE SETEMBRO/2019**



**Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:**

**Resumo**      (    ) **Relato de Experiência**      (    ) **Relato de Caso**

**A MEDIAÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E OS DESAFIOS DECORRENTES DAS PRÁTICAS AUTOCOMPOSITIVAS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS**

**AUTOR PRINCIPAL:** Maria Eduarda Girelli Gonçalves.

**CO-AUTORES:** Leonardo Bonafé Gayeski.

**ORIENTADOR:** Nadya Regina Gusella Tonial.

**UNIVERSIDADE:** Universidade de Passo Fundo.

**INTRODUÇÃO**

O presente estudo tem por objetivo analisar a mediação como meio alternativo para a composição de litígios. Primeiramente, relevante compreender que o Poder Judiciário é responsável por prestar a jurisdição, no entanto, a justiça encontra-se sobrecarregada e com isso não efetiva o princípio da duração razoável do processo.

Diante disso, é importante discutir o tema pois a mediação pode ser utilizada nos contratos que envolvem relação de consumo, facilitando a composição e permitindo uma solução pacífica, que beneficie tanto o consumidor, quanto o fornecedor.

**DESENVOLVIMENTO:**

O processo é um meio de composição de litígios que o Estado coloca à disposição das partes. Logo, o Estado tem o dever de dizer o direito aplicável diante de um conflito de interesses. No entanto, cabe investigar acerca do número de conflitos que acontecem na sociedade, e são judicializados. Observa-se pelos dados do Conselho Nacional de Justiça, que no ano de 2017 haviam 80,1 milhões de processos aguardando uma solução definitiva (2019, p.03). Diante disso, percebe-se uma prestação jurisdicional fragilizada,



## UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



pois a demanda judicial é elevada, não concretizando a razoável duração do processo prevista na Constituição Federal de 1988.

Desse modo, conforme as demandas judiciais aumentam, fazem-se necessárias novas formas de assegurar a prestação jurisdicional, com o intuito de garantir a celeridade dos atos processuais, a eficiência, a economia e a satisfação das partes. A mediação revela-se um meio rápido e eficaz de solucionar conflitos, e por isso sua utilização é crescente (ANDRIGHI, 2014, p. 02).

Relevante destacar que o “acesso à Justiça é compreendido como acesso a uma ordem jurídica justa, não se limitando apenas ao Judiciário, mas contempla muitas formas de resolução de conflitos”. Com isso, as duas principais formas de composição dos litígios são: a autocomposição, que é a resolução do conflito pelas próprias partes, sem a intervenção de um terceiro, como ocorre na mediação e na conciliação; e a heterocomposição, que é a resolução da lide por meio de um terceiro, chamado de juiz ou árbitro (DIAS, 2017, p.02).

Não obstante, a utilização da mediação no Brasil acaba introduzindo “a cultura do diálogo na nossa sociedade e oferecendo para as partes e seus advogados a oportunidade de construir soluções justas, integrativas e céleres” (DIAS, 2017, p.02). Doravante, a legislação brasileira conta com a Lei nº 13.140 de 2015, que dispõe sobre a mediação como forma de solução de conflitos entre particulares.

Isto posto, relevante compreender a mediação nas relações de consumo, ou seja, quando a relação entre consumidor e fornecedor for eivada pelo vício de um produto, ou pelo defeito na prestação de serviços, por exemplo, a mediação mostra-se como um procedimento efetivo para chegar a solução do conflito existente entre as partes.

O consumidor de forma alguma resta prejudicado nas audiências de mediação em decorrência das empresas possuírem um poderio econômico maior. Muito pelo contrário, estes procedimentos mostram-se válidos para chegar a uma solução benéfica para ambas as partes. Com isso, precisam ser incentivados, assegurando uma solução eficiente e em tempo razoável.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

Portanto, a mediação como forma de solução de litígios nas relações de consumo garante uma maior celeridade e satisfaz ambas as partes. Diante disso, necessárias políticas de incentivo à mediação, com o intuito de contribuir para a resolução do conflito consumerista e objetivando alcançar a paz social.



## UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



### REFERÊNCIAS

ANDRIGHI, Fátima Nancy. Arbitragem nas relações de consumo: uma proposta concreta. Doutrinas Essenciais Arbitragem e Mediação, vol. 04, p. 1109 - 1120, Set. 2014. Disponível em: <<http://www.revistadotribunais.com.br>>. Acesso em: 20 mai. 2019.

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. Sumário Executivo. Justiça em números 2018. Disponível em: <<http://www.cnj.jus.br>>. Acesso em: 20 mai. 2019.

DIAS, Eduardo Machado. A cláusula de mediação nos contratos de adesão em relações de consumo. Revista dos tribunais, vol. 979, p. 351-370, Mai. 2017. Disponível em: <<http://www.revistadotribunais.com.br>>. Acesso em: 20 mai. 2019.

MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 4. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais Ltda., 2013.

**NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa):**

### ANEXOS