

Espaço Discente

ESTACIONAMENTOS EM "SHOPPING CENTERS" (UMA ANÁLISE DA EVOLUÇÃO JURISPRUDENCIAL)

SANDRA DE MEDEIROS NERY

I – Introdução. II – A importância, no mundo moderno, dos estacionamentos oferecidos pelos estabelecimentos comerciais. III – O "shopping center". IV – Classificação dos estacionamentos. V – Natureza do estacionamento: cortesia ou serviço? VI – Responsabilidade do "shopping center" por eventos ocorridos no estacionamento. VII – Conclusão. VIII – Bibliografia. IX – Apêndice.

I – Introdução

A. Justificativa

A ocorrência de eventos relacionados ao estacionamento de veículos em *shopping centers* e outros estabelecimentos comerciais que oferecem locais para esse fim, tais como supermercados e bancos, tem dado ensejo, desde a década de 80, a inúmeras ações judiciais interpostas, principalmente, por proprietários de veículos que se julgaram lesados em seus direitos.

Em razão das controvérsias existentes, em especial, quanto à natureza jurídica dos estacionamentos colocados à disposição dos clientes pelos estabelecimentos comerciais sem que houvesse um pagamento imediato (os denominados estacionamentos gratuitos), a jurisprudência a respeito do assunto nem sempre foi uniforme, mas foi objeto de uma evolução.

Uma vez que, em regra, a jurisprudência tem avaliado a questão sob a ótica do Direito Civil comum, é oportuno fazer uma

análise da evolução das decisões, procurando verificar se é possível aplicar aos estacionamentos oferecidos pelos *shopping centers* as regras dispostas pela Lei 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor.

B. Proposta de desenvolvimento

Inicialmente, será feito um comentário sobre a importância dos estacionamentos oferecidos pelos estabelecimentos comerciais no mundo moderno, bem como, será introduzida a noção de *shopping center*.

Entrando na questão específica dos estacionamentos, serão abordadas as características que estes últimos podem apresentar e a questão do estacionamento gratuito ser uma cortesia ou um serviço. Cumpre ressaltar que os problemas relacionados a eventos ocorridos em estacionamentos de *shopping centers* são semelhantes àqueles que há muito vinham ocorrendo em estacionamentos de supermercados e bancos e, assim, a jurisprudência relacionada a estas duas últimas espécies de esta-

becimentos comerciais também será objeto de análise.

A responsabilidade do *shopping center* por eventos ocorridos nos estacionamento será analisada à luz do Direito Civil comum e do Código de Defesa do Consumidor, seguindo-se a Conclusão e a Bibliografia.

No Apêndice, encontram-se a jurisprudência consultada e a lista das abreviaturas utilizadas.

II – A importância, no mundo moderno, dos estacionamentos oferecidos pelos estabelecimentos comerciais

Nos anos 80, o adensamento urbano nas cidades brasileiras cresceu de maneira vertiginosa. Não só a população urbana aumentou, como também, cresceram todos os problemas vinculados à urbanização, dentre os quais aqueles relacionados à circulação de grande massa de pessoas, refletidos na diminuição da segurança e nos problemas ligados ao tráfego de veículos.

O aumento populacional nas áreas urbanas, em geral desacompanhado de um sistema eficiente de transporte coletivo, fez com que, a cada dia, mais pessoas utilizassem o automóvel particular como meio de transporte que, assim, com a promessa de trazer comodidade, tornou-se o grande sonho de consumo dos brasileiros. Em consequência, as ruas tornaram-se pequenas para tantos carros, surgiram cada vez mais restrições aos estacionamentos nas ruas e o “sonho de consumo dos brasileiros” tornou-se objeto de danos, furtos e roubos frequentes.

Historicamente, os estabelecimentos bancários sempre estiveram localizados em regiões com alto índice de concentração comercial, as quais foram as primeiras a sentir os efeitos do aumento do tráfego urbano e das restrições ao estacionamento de veículos nas ruas. Assim, para viabilizar a atividade de suas agências, os bancos pas-

saram a reservar espaços para o estacionamento de veículos de seus clientes, colocando em desvantagem os concorrentes que não ofereciam tais espaços. O espaço para estacionamento tornou-se, portanto, fator de atração da clientela.

Para fazer face às necessidades de consumo de uma população sempre crescente, grandes supermercados começaram a se instalar no país e, assim como em outras partes do mundo, buscaram grandes terrenos, mais baratos, fora das regiões centrais, para os quais o único meio de acesso, praticamente, era o automóvel. Dessa forma, cada grande supermercado reservava uma grande área para que seus clientes pudessem estacionar seus veículos. Se não existissem tais áreas, os empreendimentos tornar-se-iam inviáveis, visto que sua viabilidade dependia de grande massa de consumidores. Se estes últimos não pudessem estacionar seus veículos num espaço adequado, caso se dispusessem a frequentar tais centros comerciais, correriam o risco de andar quilômetros entre o local, em via pública, em que o veículo seria deixado, e o supermercado, dada a imensa fila de carros estacionados que se formaria nas ruas próximas ao estabelecimento, o que, provavelmente, causaria, também, grandes congestionamentos.

Dessa forma, conclui-se que a disponibilidade de um local para estacionar veículos é menos uma comodidade para o usuário do que um importante fator de atração de clientes para os estabelecimentos comerciais. Pode-se mesmo dizer que, em determinados casos, a disponibilização de vagas de estacionamento para o público é essencial à atividade empresarial, como, p. ex., à atividade dos *shopping centers*, como será visto a seguir.

III – O “shopping center”

Segundo relata Washington de Barros Monteiro, citando a *Grande Enciclopédia do Instituto Geográfico*, de Agostini de

Novara, “o *shopping center* efetivamente apareceu na década de 50, mais exatamente no ano de 1952, nos Estados Unidos”.¹ Também denominado *mall* ou *shopping mall*² caracteriza-se por ser uma “sofisticação extremada da forma de consumir e espalhou-se pelo mundo todo com uma aceitação nunca antes vista, especialmente no Brasil”,³ onde a instalação do primeiro *shopping center* ocorreu em 1966, em São Paulo.

Para Alfredo Buzaid, “um *shopping center* é uma cidade em miniatura, nasce planejada”. Seu aspecto exterior é de um “edifício, dividido em numerosas lojas com cinemas, armazéns, restaurantes e áreas de lazer, cedidas a comerciantes de atividades diversificadas (...) que expõem à venda tudo ou quase tudo que uma pessoa possa necessitar a fim de satisfazer às suas necessidades, comprando e levando em seu automóvel, que estaciona em lugar próprio, todas as mercadorias adquiridas. (...) A variada disposição do *shopping center* estimula a economia de consumo, porque dentro dessa cidade em miniatura tudo se pode comprar sem esforço e sem sacrifício, sem pressa e sem longas locomoções. As lanchonetes, os restaurantes e os cinemas são um convite para permanecer no *shopping center* por largo tempo, conciliando as necessidades individuais com o lazer (...)”⁴

Todavia, a simples concentração de estabelecimentos comerciais não caracteriza um *shopping center*, que diferencia-se de uma galeria de lojas, “sobretudo, por sua sistemática ou ordenamento, com um complexo de relações internas entre o incorporador ou incorporadores do empre-

endimento e os lojistas e prestadores de serviços, de índole eminentemente obrigacional, inclusive entre os próprios lojistas e prestadores de serviços, ligados entre si por uma espécie de solidariedade e congregados muitas vezes numa entidade associativa para a defesa de seus interesses”.⁵ Em razão do escopo do presente trabalho, não cabe, aqui, analisar com mais profundidade essas relações jurídicas entre o incorporador e o lojista.

O crescimento urbano e os problemas dele decorrentes, relacionados à segurança e à circulação das pessoas, deram origem, nos anos 80, ao início da “febre” brasileira dos *shopping centers*, que tem continuado até o fim do século 20. Rubens Requião anota que os referidos centros comerciais “impõem-se como uma excelente solução para o *marketing*, tendo em vista o adensamento populacional, para o incômodo problema da urbanização e do conseqüente congestionamento do tráfego. (...) A rede viária deve ser considerada, para afastar o desconforto e angústia do tráfego congestionado, oferecendo um local amplo para comportar um estacionamento de automóveis, uma das condições essenciais para o sucesso do empreendimento”⁶.

Para incrementar seus negócios, por vezes estagnados pelos problemas já mencionados, restou aos comerciantes participar de tais “cidades”, que lhes fornecem, assim como a seus fregueses, uma infraestrutura de circulação funcional de pessoas, distribuição racional de lojas, organização, limpeza e segurança, reguladas por “princípios, que são dispostos em regimento interno e aceitos previamente por todos os titulares de unidades que operam dentro do conjunto”⁷.

1. “*Shopping centers*”, RT 580/9.

2. Cf. Password: *English Dictionariy for Speakers of Portuguese*.

3. Ana Lúcia da Silva Cardoso Arrochela Lobo, “Ação civil pública – Vício – Segurança – Produto/Serviço – Vazamento de gás”, RDC 21/203.

4. “Estudo sobre *shopping centers*”, *Shopping centers – Questões Jurídicas* (Doutrina e Jurisprudência), pp. 7 a 9.

5. “*Shopping centers*”, RT 580/10.

6. “Considerações jurídicas sobre os centros comerciais (*shopping centers*) no Brasil”, RT 571/11-12.

7. “Estudo sobre *shopping centers*”, *Shopping centers – Questões Jurídicas* (Doutrina e Jurisprudência), p. 7.

Da mesma forma que os grandes supermercados, tais empreendimentos seriam inviáveis se não dispusessem de amplas áreas reservadas de estacionamento. Yussef Sahid Cahali bem coloca que “o êxito dos *shopping centers* tem sido explicado, não só pela concentração de opções de compra e pela abrigada situação das vias de acesso às lojas, como também, pela existência de amplos espaços reservados ao estacionamento de veículos. (...) A existência de estacionamento participa da própria definição conceitual e empresarial do empreendimento”.⁸

A figura do estacionamento como sendo parte do conceito de *shopping center* também consta da definição dada pela *Grande Enciclopédia Cultural Larousse*, citada por Washington de Barros Monteiro: o *shopping center* é um “conjunto de lojas varejistas, concebido, realizado, possuído e administrado como uma só entidade, em geral, longe das aglomerações, oferecendo facilidades para estacionamento de automóveis e adaptado à região que serve, pela situação, pelas dimensões e pelos tipos de lojas de que se compõem”.⁹

Paula Castello Miguel¹⁰ relata que um ponto comum na escolha do local de qualquer *shopping center* é a possibilidade de oferecer aos seus frequentadores um grande estacionamento, visto que este último é fator preponderante de atração do público. Ela ressalta que a Associação Brasileira de *Shopping Centers* (ABRASCE), que representa o Brasil na associação *International Council of Shopping Center*, e que, desde 1976, visa ao desenvolvimento do setor, destaca a importância do estacionamento como parte dos requisitos necessários para a caracterização do empreendimento, con-

forme estabelece o art. 4º de seu estatuto, a seguir transcrito:

“Art. 4º. Para os efeitos deste Estatuto, define-se *shopping center* como um centro comercial planejado, sob administração única e centralizada, e que: I – seja composto de lojas destinadas à exploração de ramos diversificados ou especializados de comércio e prestação de serviços, e que permanece, em sua maior parte, objeto da locação; II – estejam os locatários sujeitos às normas contratuais padronizadas, visando à manutenção do equilíbrio de oferta e da funcionalidade, para assegurar, como objetivo básico, a convivência integrada; III – varie o preço da locação, ao menos em parte, de acordo com o faturamento dos locatários; IV – ofereça a seus usuários estacionamento permanente e tecnicamente bastante.”

Observa-se, assim, que é praticamente impossível conceber um *shopping center* que não coloque à disposição de seus clientes um local para o estacionamento de veículos.

IV – Classificação dos estacionamentos

Maria Clara Osuna Diaz Falavigna classifica os estacionamentos em *abertos* ou *fechados* e em *onerosos* ou *gratuitos*.¹¹

Estacionamentos *abertos* são aqueles em que não existem barreiras físicas para a entrada e saída de veículos, os quais, muitas vezes não apresentam nenhuma proteção, tais como muros, grades ou guaritas para vigias. São *fechados* os estacionamentos que possuem barreiras, com portaria que controle a entrada e a saída de veículos, nos quais costuma-se entregar ao motorista um comprovante na entrada para ser devolvido na saída.

A utilização de um estacionamento pode ser efetuada mediante o desembolso

11. Da Repercussão do Dano em Decorrencia do Estacionamento de Veículos, pp. 35-36.

8. “Furto de veículos em estacionamento de *shopping center*”, *Shopping centers – Questões Jurídicas* (Doutrina e Jurisprudência), p. 242.

9. “*Shopping centers*”, RT 580/9.

10. “Contratos de *shopping center*”, RDM 107/137-182, Nova Série.

imediate e direto em contraprestação ao serviço prestado. Quando se utiliza esta modalidade, o estacionamento usualmente é tido como *oneroso* ou *pago*. O estacionamento pode, também, ser colocado à disposição dos clientes sem que haja uma cobrança imediata pelo uso do espaço, ao que se denomina *estacionamento gratuito*.

Em geral, por sua natureza, os estacionamentos pelos quais os clientes pagam uma remuneração direta pelo uso, também possuem controle de entrada e de saída de cada veículo usuário, mediante a entrega de comprovantes, mesmo porque, segundo relata Maria Clara Osuna Diaz Falavigna, "o seguro de responsabilidade civil, contratado para a guarda de veículos de terceiros, de maneira indireta faz a exigência do controle", pois suas cláusulas estabelecem que a cobertura de furto depende de registro por escrito da entrada e saída de veículos, com sua identificação e horário de permanência.¹² Pode-se dizer, portanto, que os estacionamentos onerosos são, também, fechados.

Por outro lado, nos chamados estacionamentos gratuitos, pode ou não haver um controle individualizado dos veículos.

Inicialmente, os locais para estacionamento fornecidos pelos bancos, supermercados e *shopping centers* eram, em quase sua totalidade, colocados à disposição de seus clientes, sem que houvesse nenhum pagamento imediato e sem um controle individualizado da entrada e da saída dos veículos, ou seja, em regra, os estacionamentos eram gratuitos e abertos. Conforme men-

ciona Ricardo Pereira Lira,¹³ nesses locais prevalecem as seguintes características:

a) inexistência de um sistema de controle individualizado de entrada e saída dos veículos;

b) o usuário permanece durante todo o tempo com as chaves do veículo, em nenhum momento entregando-as a preposto do *shopping*;

c) inexistência de qualquer promessa de segurança ou incolumidade dos veículos, por meio de publicidade através de placas ou avisos;

d) presença de prepostos do *shopping* na área de entrada e saída de veículos, que antecede a área de estacionamento, bem como, orientando o tráfego e indicando os locais onde ainda existam vagas;

e) o usuário estaciona livremente no local onde lhe aprouver, podendo alterar esse local sem a necessidade de avisar prepostos do *shopping*; e

f) é possível o acesso indiscriminado de qualquer pessoa, motorizada ou não.

Existe, também, a modalidade de estacionamento gratuito e fechado, que apresenta as características relacionadas nos itens "b", "d" e "e", acima, porém, com controle de entrada e de saída.

Vale dizer que, desde 1991, em função da Lei Municipal 10.927, de 8 de janeiro daquele ano, os supermercados e centros comerciais da cidade de São Paulo, que coloquem à disposição de seus clientes mais de 50 vagas para estacionamento, devem providenciar seguro contra furto e roubo dos veículos que utilizem os referidos locais. Assim, atualmente, no Município de São Paulo predominam os estacionamentos fechados, sejam eles gratuitos ou não.¹⁴

12. Na p. 36 de sua tese de mestrado, Maria Clara Osuna Diaz Falavigna relata que o prof. Rubens Limongi França, ao apresentar as normas gerais para o contrato de seguro de veículos em estacionamentos, escreveu, em seu *Manual de Direito Civil*, que "nos estabelecimentos em que não houver registro por escrito de entrada e saída de veículos com sua identificação e horário de permanência, a cobertura de furto só prevalecerá nos casos em que ficar comprovada a destruição ou rompimento de obstáculo à subtração do veículo".

13. "Os *shopping centers* e alguns aspectos da responsabilidade civil", *Shopping centers - Questões Jurídicas* (Doutrina e Jurisprudência), p. 205.

14. A Lei 2.050, de 30.12.92, do Estado do Rio de Janeiro, veda a cobrança ao usuário de estaciona-

V – Natureza do estacionamento: cortesia ou serviço?

Um estacionamento que somente pode ser utilizado mediante remuneração não pode ser considerado como cortesia. Existe um contrato entre o cliente e o administrador do estacionamento, segundo o qual o primeiro compromete-se a pagar pela estadia e o último compromete-se a garantir que o veículo não sofra danos.

No tocante aos estacionamentos gratuitos, a questão entre ser o estacionamento proporcionado ao cliente de uma empresa comercial uma mera cortesia ou um serviço prestado gerou muitas discussões, doutrinárias e jurisprudenciais, a seguir resumidas.

Ricardo Pereira Lira¹⁵ entende que “nos *shoppings*, em cujo estacionamento exista sistema de controle de acesso e saída, mediante *tickets*, com remuneração pelo estacionamento, existindo essas características isolada ou cumulativamente, haverá desenganadamente uma relação contratual inominada, que não chega sequer a consubstanciar um depósito tácito, por isso que não há a entrega efetiva do veículo por parte do motorista à outra parte, mas se cria contratualmente um vínculo do qual surge para o *shopping* um dever de vigilância”. Todavia, entende ele que, no tocante aos estacionamentos sem controle de entrada e saída dos veículos mediante *tickets*, o aumento potencial da clientela em razão do estacionamento “não desnatura a índole de liberalidade do brinde”, caracterizando o estacionamento reservado pelo *shopping*

em áreas privadas, tais como, *shopping centers*. Foi proposta ação arguindo sua inconstitucionalidade, perante o STF. Em 25.6.97, o Pretório Excelso concedeu liminar, suspendendo a eficácia da referida lei. Dessa forma, é pacífica a possibilidade de os *shopping centers* cobrarem dos usuários o uso do estacionamento colocado à disposição.

15. “Os *shopping centers* e alguns aspectos da responsabilidade civil”, *Shopping centers – Questões Jurídicas* (Doutrina e Jurisprudência), pp. 203-218.

centers aos seus clientes como uma cortesia ou liberalidade.

Em 1989, no seminário *Shopping centers – Questões Jurídicas*, Carlos Alberto Menezes expôs seu entendimento de que “o estacionamento no *shopping center* não é uma gentileza. Ele existe como parte essencial do negócio, gerando para o cliente uma verdadeira expectativa de guarda, isto é, a certeza de que é melhor freqüentar o *shopping center* para compra ou lazer, pela segurança e facilidades oferecidas, dentre as quais está o estacionamento. (...) A visibilidade do estacionamento, como integrante do *shopping center*, impõe a este o dever de custódia, independentemente das circunstâncias específicas de ser pago, ou não, de ter controle de entrada e saída, ou de ter suficiente proteção, ou não”.¹⁶

No referido artigo, Carlos Alberto Menezes concorda com a posição da 7ª Câmara Cível do TJRJ, na decisão da ap. cível 40.300, no sentido de que “se a ré se descuida e não mantém guardas suficientes no dito estacionamento, o problema é dela, não do cliente. Se oferece o estacionamento como meio de atrair a clientela, cabe-lhe o dever de assegurar garantia de quaisquer danos aos veículos, inclusive furto”.

A análise da evolução jurisprudencial mostra que, inicialmente, os juízes entendiam que os estacionamentos colocados à disposição pelos centros comerciais sem pagamento direto constituíam mera cortesia. Em 20.10.87, a 2ª Turma do STF, por votação unânime, julgou o RE 114.671-RJ, entendendo que a tese de que o estacionamento é pago indiretamente pelas compras feitas pelos clientes “não tem, *data venia*, substância para configurar a culpa do estabelecimento pelo furto do automóvel, em ordem a responsabilizá-lo pelo prejuízo sofrido pelo cliente. É que não há, na espécie, *vigilância presumida*, desde que o que

16. “Anotações sobre a responsabilidade civil por furto de automóveis em *shopping centers*”, RT 651/238-239.

é oferecido aos clientes é apenas o espaço para que estacionem seus carros”.¹⁷

No mesmo sentido, a 2ª Câmara Cível do TJRJ, ao julgar a ap. cível 36.788,¹⁸ que dizia respeito ao furto de um veículo no estacionamento de um *shopping center* carioca, entendeu que “(...) o freguês usa o estacionamento como comodidade sua. De graça. Ele não faz entrega do veículo ao responsável pelo estacionamento. Então, se ocorre furto, não pode ele, responsável pelo estacionamento, ser responsabilizado, pois não terá havido negligência ou omissão a ser-lhe imputada. Não se formou entre as partes nenhum contrato (...)”.

O referido acórdão corroborou, também, a tese constante do acórdão proferido anteriormente pelo TJRJ na ap. cível 30.079, de que “o estacionamento, cuja utilização independe, como é notório, de prévio consentimento da direção da loja, funciona, para dito fim, como prolongamento da via pública”.

Todavia, aos poucos, a jurisprudência consolidou-se no sentido de considerar o estacionamento, ainda que gratuito, não uma cortesia, mas um atrativo de clientes e, portanto, um serviço prestado. Dentre diversos acórdãos neste sentido, pode-se citar, a título de exemplo, o julgamento, em 19.2.92, proferido por maioria, pela 3ª Turma do STJ sobre o REsp 5.886-SP,¹⁹ relativo ao furto de veículo de um estacionamento de *shopping center*, que conclui:

“Não é bem como uma mera cortesia propiciada a seus fregueses que os estabelecimentos comerciais reservam área adjacente para o estacionamento de automóveis.

“Mais que isso, a comodidade é estabelecida como atrativo para a afluência de consumidores, servindo para facilitar a apro-

ximação e a guarda de veículos. No próprio interesse do comércio empreendido, assim, que se incrementa pelo estímulo do conforto oferecido ao público, onde se faz marcante a importância do automóvel como meio de transporte individual.

“Nesse quadro, o estacionamento de veículos consiste em serviço a mais, com vantagem ministrada pela casa ou núcleo comercial, para sobrepor-se aos demais, na concorrência pela conquista da preferência dos consumidores. E o próprio êxito dos *shopping centers* tem sido explicado não só pela concentração de opções de compra e pela abrigada situação das vias de acesso às lojas, mas também pela existência de amplos espaços de guarda de veículos para uso do público.

“Se, assim, o estacionamento consiste em um serviço prestado no interesse do próprio incremento do comércio, disso decorre, para a empresa que o mantém, o dever jurídico de vigilância e guarda dos veículos ali conservados. Com a correlata responsabilidade pela reparação, em caso de furto, quando menos em atenção ao princípio que se define pela atribuição dos sacrifícios a quem recolhe os benefícios de uma determinada atividade ou empreendimento.

“Pouco importa que o pátio seja franqueado ao acesso de veículos, sem controle de entrada ou saída, pois o seu espaço, de todo o modo, é um prolongamento do estabelecimento comercial, não uma via pública. Sendo indiferente, por igual, a existência de avisos indicativos da disposição de não assumir a responsabilidade por furtos ocorridos no período de estacionamento, afixados pela empresa comercial, que isso é absolutamente irrelevante para escusá-la, como prestadora do serviço, do dever de preservar o veículo no local, até ser retomado por seu dono.”

Nota-se, assim, que, inversamente ao entendimento do TJRJ, expresso no acórdão da ap. cível 36.788, de que o estacionamento gratuito seria um prolongamento da via pública, o STJ concluiu que, independentemente de controle de entrada ou

17. V. item 1.1 do Apêndice.

18. *Shopping centers – Questões Jurídicas* (Doutrina e Jurisprudência), pp. 419-422; v. item 6.1 do Apêndice.

19. V. item 2.2 do Apêndice.

saída, o espaço franqueado ao estacionamento de veículos de clientes é um prolongamento do estabelecimento comercial.

Em acórdão de 12.6.85, a 8ª Câmara do TJSP entendeu que “o fato de ser gratuito o estacionamento de automóveis em *shopping centers* não significa que não se esteja obtendo lucro com este, não se eximindo a administradora e a locatária da área arrendada ao estacionamento indenização devida pela subtração do veículo.”²⁰

Em 2.11.88, a 7ª Câmara do TJSP, em ação envolvendo estacionamento gratuito oferecido por *shopping center*, concluiu que “é certo que a retribuição pelos serviços está devidamente incluída no preço de custo das mercadorias”.²¹

Assim, tendo em vista que o *shopping center* caracteriza-se por ser um centro de consumo e prestação de serviços que tem o estacionamento como um dos requisitos para a caracterização do empreendimento, não se pode considerar como mera cortesia o fato de o centro comercial colocar à disposição dos usuários uma área reservada para o estacionamento de veículos. Dessa forma, a jurisprudência caminhou no sentido de que os estacionamentos colocados à disposição do público, pelos *shopping centers*, são sempre onerosos, seja porque o preço está embutido no custo das mercadorias, seja porque o empreendedor obtém lucro advindo do aumento da clientela.

Tal entendimento, como será visto a seguir, é muito importante para caracterizar a responsabilidade do *shopping center* por eventos ocorridos no estacionamento.

VI – Responsabilidade do “*shopping center*” por eventos ocorridos no estacionamento

Os eventos ocorridos em estacionamentos de estabelecimentos comerciais (ban-

cos, supermercados e *shopping centers*) têm sido objeto de muitas ações judiciais, relacionadas, em grande parte, a furto de veículos. Para solucionar as lides, a jurisprudência tem utilizado, principalmente, as disposições do Direito Civil comum.

Após examinar como evoluiu o fundamento jurídico das decisões dos tribunais, cabe verificar se essas questões poderiam ser solucionadas com base no Código de Defesa do Consumidor.

A. Aplicação do Direito Civil comum

1. A existência de contrato de depósito

Conforme já relatado, no princípio, prevalecia a tese de que, se não fosse cobrada uma remuneração direta pelo uso do estacionamento colocado à disposição pelo estabelecimento comercial, não caberia qualquer responsabilidade deste último, visto tratar-se de mera cortesia. Como exemplo, tem-se o acórdão proferido em 20.10.87, pela 2ª Turma do STF, no RE 114.671-RJ, já mencionado.

Posteriormente, a jurisprudência passou a admitir a responsabilidade do estabelecimento comercial pelo furto de veículos no interior do estacionamento, ainda que gratuito. Diversos julgados entenderam que existiria um contrato de depósito, ainda que gratuito o estacionamento. Como exemplo, tem-se a decisão proferida pela 3ª Turma do STJ, em 19.2.91, no REsp 5.886-SP, relativo ao furto de veículo de estacionamento mantido por *shopping center*:

“De acordo com a orientação da 3ª Turma, por maioria, existe, em casos dessa espécie, contrato de depósito, ainda que gratuito o estacionamento, respondendo o depositário, em consequência, pelos prejuízos causados ao depositante (REsp 4.582). ‘Serviço prestado no interesse do próprio incremento do comércio’, daí ‘o dever de vigilância e guarda’.”

Segundo Cláudia Lima Marques, o contrato de depósito, nos últimos anos, ga-

20. Ap. cível 62.021. V. ementa no item 4.1 do Apêndice a este trabalho.

21. V. item 4.5 do Apêndice.

nhou “novo e surpreendente destaque”, que se deve à atuação da jurisprudência, “utilizando a figura do contrato de depósito tácito entre o visitante do *shopping center* ou do supermercado, que guarda seu automóvel na garagem ou estacionamento daquele centro de compras, e o administrador do complexo ou proprietário do supermercado, que oferece essa comodidade como *facilities* para o consumidor em potencial”.²²

O contrato de depósito, que embora possa se dar a título gratuito, requer, porém, o cumprimento de determinados requisitos, tais como, a entrega da coisa (CC, art. 1.265). Maria Clara Osuna Diaz Falavigna coloca, com propriedade, que “em alguns casos não é possível vislumbrar que ocorreu a tradição do veículo, como é o caso do estacionamento de um *shopping center*, ou supermercado, em que o condutor se encarrega da escolha da vaga, estaciona, leva as chaves do veículo e o tem em sua inteira disposição, ao contrário do que aconteceria se estivéssemos diante de um contrato de depósito”.²³

Como exemplo da controvérsia sobre a existência ou não de contrato de depósito nos estacionamentos, tem-se, como exemplo, a decisão do TJRS, de 26.2.92, segundo a qual, o proprietário de estacionamentos abertos ao público, adjacentes a *shoppings* ou a supermercados, “não assume a guarda, nem responde por furtos verificados nesses locais, salvo se for comprovada sua manifesta culpa, que não existe por si só”, concluindo pela inexistência de depósito.²⁴

22. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 3ª ed., p. 183. Cláudia Lima Marques cita, como *leading case*, a decisão no REsp 4.582-SP (item 2.1 do Apêndice a este trabalho), referente a furto de veículo em supermercado.

23. *Da Repercussão do Dano em Estacionamento de Veículos*, p. 45. Segundo a autora, vislumbrase um contrato de depósito, nos termos dos arts. 1.265 e 1.266 do CC, quando veículo é deixado e as chaves são entregues a um manobrista.

24. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, cit., p. 184. V. ementa no item 7.1 do Apêndice a este trabalho.

Segundo Cláudia Lima Marques,²⁵ a utilização das figuras contratuais da guarda ou do depósito para basear a responsabilidade por danos ou furtos ocorridos nos referidos estacionamentos, embora não seja tese pacífica, “traz, como ponto positivo, o fato de exonerar o consumidor de provar a culpa (aquiliana) do estabelecimento, necessitando apenas provar o fato [do] mesmo ter estacionado seu carro na garagem ou estacionamento do réu”.

2. O estacionamento como prestação de serviços

Para caracterizar a responsabilidade do estabelecimento comercial, uma outra corrente jurisprudencial admitiu que o relacionamento entre o usuário do estacionamento e a administração do *shopping center* caracteriza-se como prestação de serviços. Como exemplo, tem-se a decisão do TJSP, proferida em 2.11.88, que concluiu que “o relacionamento entre o cliente usuário do estacionamento e a administração do *shopping center* não se caracteriza como contrato de depósito típico, mas como prestação de serviços que podem ser definidos como de segurança”.²⁶

O STJ também acompanhou essa tendência, conforme se depreende do julgamento do REsp 23.602-6-SP proferido em 20.10.92 pela 4ª Turma do mencionado tribunal, relativo ao pedido de indenização em decorrência do furto de uma motocicleta do estacionamento de uma agência bancária:

“A facilidade de estacionamento oferecida aos clientes é fator decisivo para que se alcance o grande volume de vendas que notoriamente ali se registra, diariamente. (...) Razão não assiste ao banco-recorrente, por outro lado, quando alega sua não responsabilidade em face da inexistência

25. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 3ª ed., p. 184.

26. V. item 4.5 do Apêndice.

de contrato de depósito, por não ter recebido o veículo, nem suas chaves, quando cediço que a tradição, *in casu*, se perfaz com o estacionamento do veículo pelo cliente e não quando de sua entrega ou de suas chaves.

“Certo é que esta Turma tem evoluído e seu entendimento, após maiores reflexões, para descortinar, em situações similares à versada nos autos, não propriamente a figura do contrato de depósito, mas sim responsabilidade pela guarda do veículo em decorrência de uma prestação do serviço.”²⁷

Consoante Orlando Gomes, o contrato de prestação de serviços é aquele em que “uma pessoa obriga-se a prestar serviços a outra, eventualmente, em troca de determinada remuneração, executando-os com independência técnica e sem subordinação hierárquica”.²⁸

Com efeito, os estacionamentos dos bancos, supermercados e *shopping centers* são serviços secundários, pois o “consumidor vai à procura de um produto diverso daquele que é oferecido pelo estacionamento (...) um serviço acessório, que muitas vezes serve de chamariz para o consumo principal”.²⁹

No tocante à questão da remuneração pelo serviço prestado, conforme já mencionado neste trabalho, a jurisprudência tem entendido que os estacionamentos fornecidos “de graça” pelos bancos, supermercados e *shopping centers*, na realidade, nada têm de gratuitos, seja porque o preço está embutido no custo das mercadorias, seja porque o empreendedor obtém lucro advindo do aumento da clientela.

3. Avisos de não responsabilidade

Com relação aos avisos de não responsabilidade por parte do estabelecimen-

to comercial quanto a eventos ocorridos no interior do estacionamento por ele mantido, existiam, anteriormente, alguns entendimentos de que se tais informações fossem prestadas claramente aos clientes, isentariam o estabelecimento comercial de qualquer responsabilidade, conforme relata o trecho, a seguir, do acórdão emitido pela 4ª Turma do STJ, sobre o REsp 52.270-6-SP:³⁰

“(…) Quanto ao efeito da afixação de cartazes ou placas prevenindo ou ressaltando a responsabilidade da empresa por furtos ocorridos no estacionamento por ela mantido, realmente esta Turma chegou a admitir, num primeiro momento, que não haveria obrigação de guarda nos casos em que ‘ostensivos avisos comunicam que a empresa não assume tal encargo’ (REsp 5.905-RJ) (…).”

Segundo o referido acórdão, o entendimento anterior “restou (...) superado, resultando do processo de evolução jurisprudencial em sentido oposto, consoante se verifica, por exemplo do decidido no REsp 23.602-SP e no AgRg 48.901-SP”.

No mesmo sentido foi a decisão do já citado REsp 23.602-6-SP proferido em 20.10.92 pela 4ª Turma do STJ, relativo ao pedido de indenização em decorrência do furto de uma motocicleta do estacionamento de uma agência bancária: “(...) Relativamente ao alerta do banco de que não se responsabilizava pelos danos ocorridos nos veículos durante o período em que os mesmos estivessem no estacionamento, sem embargo de opiniões em contrárias não se apresenta o mesmo idôneo para afastar o dever indenizatório. Assim, não pode a empresa, por meio de simples avisos de não assunção de responsabilidade, eximir-se de seu dever de ter na guarda e conservação da coisa confiada ao cuidado e à diligência habituais com aquilo que é seu. (...) Logrando proveito com o fornecimen-

27. V. item 2.7 do Apêndice.

28. *Contratos*, 11ª ed., p. 325.

29. *Da Repercussão do Dano em Estacionamento de Veículos*, p. 39.

30. V. itens 2.16 e 2.21 do Apêndice.

to de local para estacionar, não pode o proprietário do estabelecimento comercial livrar-se, por prática unilateral, da responsabilidade pela guarda de seu próprio local”.

4. Conclusão

Visando pôr um fim às controvérsias ainda existentes quanto ao assunto, o STJ editou a Súmula 130, no seguinte sentido: “A empresa responde, perante o cliente, pela reparação do dano ou furto de veículo ocorridos em seu estacionamento”.

B. Aplicação do Código de Defesa do Consumidor

Na jurisprudência analisada, observa-se que as decisões dos problemas ocorridos em estacionamentos de *shopping centers*, bancos e supermercados não mencionaram nenhuma disposição especial de proteção aos consumidores. No tocante ao estacionamento proporcionado pelos *shopping centers*, que é o objeto do presente trabalho, cabe, portanto, verificar se existe uma relação de consumo entre o usuário do estacionamento e, portanto, se é cabível a aplicação da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) para solucionar as lides relativas ao assunto.

1. O estacionamento como prestação de serviço

Inicialmente, cumpre avaliar se o estacionamento colocado à disposição dos clientes constitui um serviço, nos termos do art. 3º, § 2º, do CDC, que assim dispõe: “Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”.

James M. Marins de Souza, citado por Ana Lúcia da Silva Cardoso Arrochela Lobo, colocou de maneira clara que “deve-se en-

tender a expressão ‘mediante remuneração’ não apenas como representativa da remuneração direta, isto é, o pagamento diretamente efetuado pelo consumidor ao fornecedor. Compreende também a remuneração do fornecedor o benefício comercial indireto advindo de prestações de serviços aparentemente gratuitas assim como a remuneração ‘embutida’ em outros custos”.³¹ Essa corrente doutrinária tem entendido que, de fato, os *shopping centers* nunca proporcionam estacionamentos gratuitos, pois sempre há uma remuneração indireta, proveniente do preço incluído no valor pago pelas mercadorias ou do incremento do negócio.³²

Conforme já exposto, a jurisprudência, em especial o STJ, tem entendido que as facilidades de estacionamento, gratuito ou não, são proporcionadas pelos estabelecimentos comerciais no interesse da própria atividade comercial, constituindo, assim, um serviço.

Já foi também relatado, tendo como exemplo a decisão do STJ no acórdão proferido no REsp 5.886-SP, que a jurisprudência passou a considerar o estacionamento de veículos como “um serviço prestado no próprio incremento do comércio”. Segundo Cláudia Lima Marques, “em regra, os contratos gratuitos estão excluídos do campo de aplicação do CDC, mas, tendo em vista estas últimas manifestações da jurisprudência, a sua inclusão como ‘contrato de consumo *sui generis*’ ou *pré-con-*

31. “Ação civil pública – Vício – Segurança Produto/Serviço – Vazamento de gás”, RDC 21/206.

32. Em sua tese de mestrado, Maria Clara Osuna Diaz Falavigna coloca que, ainda que “se o condutor deixa seu veículo no estacionamento do *shopping center* e para ele não se dirige, ou se nada adquire em produtos ou serviços, mesmo assim, está usufruindo de mais um serviço oferecido por este tipo de empreendimento comercial, portanto, o estacionamento de *shopping center* é sempre oneroso, pois há um rateio deste custo em todos os produtos e serviços oferecidos por seus estabelecimentos comerciais, assim como a verba destinada a *marketing* e a segurança, por exemplo”.

trato de consumo parece de todo possível. A polêmica foi agora pacificada com a edição da Súmula 130”.³³

Conclui-se, assim, que os estacionamento dos *shopping centers* constituem, de fato, um dos serviços prestados pelos centros comerciais, enquadrando-se, perfeitamente, na definição do art. 3º, § 2º, da Lei 8.078/90.

2. O usuário do estacionamento como consumidor

Em segundo lugar, deve-se avaliar se o usuário do estacionamento pode ser considerado consumidor, nos termos do art. 2º do CDC, que assim dispõe: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

Uma vez que o estacionamento colocado à disposição dos clientes constitui um serviço, basta que uma pessoa estacione um veículo no lugar destinado a esse fim, para ser considerado consumidor. Não há necessidade de que o usuário, efetivamente, adquira um bem ou um outro serviço no estabelecimento comercial que colocou à disposição dos usuários o local para estacionamento.

Com relação aos *shopping centers*, Rubens Requião, em 1983, já entendia que o transeunte que apenas olha as vitrinas, sem nada comprar, não deixa de ser “um freguês virtual, que ao menos dá maior movimento e alegria ao ambiente, atraindo a verdadeira clientela consumidora”.³⁴ É bem verdade que um estabelecimento comercial vazio não atrai clientela, além do fato de que, ainda que o freqüentador do *shopping center* tenha a intenção inicial de nada com-

prar, pode ter sua atenção atraída por algum dos inúmeros estímulos inerentes ao local, de forma que consuma algo, mesmo que em algum dia posterior.

A partir desse raciocínio, Ana Lúcia da Silva Cardoso Arrochela Lobo conclui que “o simples freqüentador do *shopping center* é sempre um consumidor nos termos do art. 2º do CDC, porque, ao adentrar o recinto do *shopping*, ele já estará se beneficiando (consumindo) das utilidades do empreendimento colocadas à sua disposição, as quais, embora aparentemente gratuitas, são, em verdade, remuneradas de forma indireta”.³⁵

Neste ponto, cabe mencionar o acórdão proferido em 2.2.93, pelo TJSP, na ap. cível 184.7351/I-Ribeirão Preto.³⁶ O autor da ação era empregado de uma das lojas do Ribeirão *Shopping* e, diariamente, colocava seu automóvel no estacionamento do condomínio. Certo dia, cumprida a jornada de trabalho, dirigiu-se ao local onde estacionara o veículo e tomou conhecimento da ocorrência do furto do veículo. O Tribunal decidiu que não ficou caracterizada a responsabilidade civil do *shopping*, porque o autor, por ser empregado de uma das lojas do condomínio, não poderia ser considerado cliente.

Arystóbulo de Oliveira Freitas, comentando o referido acórdão, conclui que o autor da referida ação equiparar-se-ia ao consumidor, pois “o demandante, apesar de não ser consumidor (real) dos serviços prestados pelo *shopping*, faz parte da coletividade de pessoas, ainda que indeterminável, que interveio na relação de consumo entre o *shopping* e os destinatários finais dos produtos e serviços comercializados por intermédio dos lojistas. Dessa forma, o autor da demanda é, por lei, equiparado ao consumidor para todos os efeitos de direito, independentemente de eventual

33. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 3ª ed., pp. 186-187. A Súmula 130 do STJ, anteriormente citada, reza que “a empresa responde, perante o cliente, pela reparação do dano a furto de veículos ocorridos em seu estacionamento”.

34. “Considerações jurídicas sobre os centros comerciais (*shopping centers*) no Brasil”, RT 571/14.

35. “Ação civil pública – Vício – Segurança – Produto/Serviço – Vazamento de gás”, RDC 21/201. 36. V. item 4.18 do Apêndice.

relação contratual (emprego) com o condomínio ou com lojista”.³⁷

3. O *shopping center* como fornecedor

Para que a relação de consumo se concretize é necessário verificar se o *shopping center* pode ser considerado um fornecedor, nos termos do art. 3º do CDC, que assim dispõe: “Art. 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.

Ana Lúcia da Silva Cardoso Arrochela Lobo conclui, com propriedade, que “a relação que se estabelece entre a clientela e o empreendedor e/ou administrador é uma relação típica de consumo, quer porque este, no que concerne aos produtos e serviços fornecidos pelos lojistas é um fornecedor de segundo grau (sua remuneração é constituída de percentual sobre o faturamento deles) quer porque a clientela retira do empreendimento todas as utilidades possíveis, inclusive aquelas oferecidas diretamente pelo próprio *shopping center* (estacionamento, lazer, recreio, descanso, diversão segurança e outras), relação esta que se estabelece ou se instaura no momento mesmo em que o freqüentador adentra os limites físicos do empreendimento”.³⁸

Assim, o *shopping center* que coloca à disposição um local para que os usuários deixem seus veículos, efetivamente, desenvolve a atividade de prestador de serviço de estacionamento, sendo considerado fornecedor nos termos do Código de Defesa do Consumidor.

37. “Indenização. Responsabilidade civil. Furto de veículo. Estacionamento de *shopping*”, RDC 11/225.

38. “Ação civil pública – Vício – Segurança – Produto/Serviço – Vazamento de gás”, RDC 21/207-208.

Conclui-se, portanto, que o estacionamento do *shopping center* faz parte de uma relação jurídica de consumo, tendo, por um lado, como fornecedor, o condomínio que constitui o *shopping*, e por outro lado, na qualidade de consumidor, o usuário do estacionamento.

4. Fundamento do ressarcimento

Segundo Nelson Néry Jr., “duas são as espécies de responsabilidade civil reguladas pelo CDC: a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço e a responsabilidade pelos vícios do produto ou do serviço”.³⁹ A responsabilidade do fornecedor pelo fato do serviço está regulada pelo art. 14, e a responsabilidade pelo vício do serviço está contemplada no art. 20, ambos do Código de Defesa do Consumidor.

Relatam Calais-Auloy e Steinmetz que “os produtos e serviços devem estar conformes à espera legítima dos consumidores, aos quais são propostos e fornecidos”. No tocante aos serviços, “a espera legítima deve ser apreciada em função de diversos fatores, dentre os quais a natureza do serviço, sua destinação (...) e as informações fornecidas pelos prestadores do serviço. (...) Porém, os consumidores devem esperar apenas o razoável, dadas as condições técnicas e econômicas”.⁴⁰

Consoante o art. 20 do CDC, a seguir reproduzido, o serviço prestado contém vícios quando se mostra inadequado para os fins que dele se espera ou não atenda às normas regulamentares de prestabilidade, bem como, quando houver disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária.

“Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornam impróprios ao consumo ou lhes diminuem o valor, assim como aqueles decorrentes da disparidade com as indicações

39. *Revista do Advogado* 33/77.

40. *Droit de la Consommation*, p. 187.

constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir alternativamente e à sua escolha: I – a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível; II – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; III – o abatimento proporcional no preço. § 1º. A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor. § 2º. São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam às normas regulamentares de prestabilidade.”

Quando o serviço prestado, além de defeituoso, for inseguro, trata-se da responsabilidade do fornecedor por fato do serviço, disciplinada pelo art. 14 do CDC, a seguir transcrito. Há uma relação de causa e efeito entre o defeito do serviço e um evento danoso, designado “acidente de consumo”:

“Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação de serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. § 1º. O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: I – o modo de seu fornecimento; II – o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam; III – a época em que foi fornecido. § 2º. O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas. § 3º. O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar: I – que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste; II – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. § 4º. A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.”

Segundo Zelmo Denari,⁴¹ a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualidade ou inadequação, nos termos do art. 20 do CDC, está *in re ipsa*, ou seja, a perda patrimonial do consumidor não ultrapassa os limites valorativos do serviço defeituoso, na exata medida da sua inservibilidade ou imprestabilidade, bem como, seu fundamento é diverso daquele que em que se apoia a responsabilidade por danos, constante do art. 14 do CDC. Por outro lado, segundo ele, os defeitos de insegurança “suscitam responsabilidade de muito maior vulto, pois nos acidentes de consumo os danos ultrapassam, em muito, os limites valorativos do produto ou serviço”.

Dentre os serviços que podem padecer do vício por inadequação, Zelmo Denari relaciona o estacionamento de veículos, em que “é possível surpreender a impropriedade prestacional, comprometendo a harmonia e equilíbrio das relações de consumo, máxime nas hipóteses de inobservância das normas regulamentares de prestabilidade”.⁴²

Por outro lado, Zelmo Denari também relaciona, dentre os acidentes de consumo mais frequentes, em decorrência de serviços prestados, os danos causados por defeitos nos serviços de guarda e estacionamento de veículos, nos termos do art. 14 do CDC.⁴³

A relevância jurídica da distinção entre responsabilidade por vício do produto e responsabilidade pelo fato do produto consiste, segundo Newton De Lucca, na consequência jurídica de ambos: conforme o art. 18 do CDC, se se tratar de vício do produto, o consumidor terá direito à subs-

41. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto, 5ª ed., pp. 141 e 164.

42. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto, cit., p. 175.

43. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto, cit., p. 158.

tuição do produto, à restituição da quantia paga ou ao abatimento proporcional do preço. Quanto à responsabilidade pelo fato do produto, regulada pelo art. 12 e ss. do CDC, o fornecedor será obrigado a pagar os danos causados ao consumidor por defeito do produto ou do serviço.⁴⁴ Como as considerações efetuadas para os produtos também se aplicam aos serviços, tem-se que, se se tratar de vício de inadequação, o consumidor terá direito à reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível; à restituição imediata da quantia paga, sem prejuízo de eventuais perdas e danos, ou ao abatimento proporcional do preço.

Tendo em vista o acima exposto, observa-se que a responsabilidade do *shopping center* pelo ressarcimento por danos ocorridos em seus estacionamentos pode decorrer de vício de inadequação ou de acidente de consumo.

Se a responsabilidade do *shopping center* por evento ocorrido no estacionamento decorrer de vício de inadequação, o consumidor terá direito:

- à reexecução dos serviços de estacionamento, sem custo adicional e quando cabível;
- à restituição imediata da quantia paga, no caso de estacionamento pago, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- ao abatimento proporcional do preço, no caso de estacionamento pago.

A dificuldade surge, portanto, em determinar quando a responsabilidade do *shopping center* por eventuais danos causados em estacionamentos por eles colocados à disposição do público pode ser fundamentada no art. 14 e quando pode ter seu fundamento no art. 20 do CDC.

Se um evento colocar em risco a segurança física do usuário de estacionamento de estabelecimento comercial, seja ele

motorista, passageiro do veículo, ou transeunte, trata-se de um acidente de consumo, conforme definido no art. 14. Em princípio, poderiam ser citados, como exemplos, roubo de veículo, explosão de tubulação de gás do *shopping*, atropelamento, seqüestro, falta de sistema de exaustão de gases poluentes, causando problemas de saúde em consumidor etc. Nesses casos, a saúde e a segurança física do consumidor são atingidas ou ficam expostas a riscos, devendo o estabelecimento comercial ser responsabilizado por prestação de serviços com vício de segurança.

No tocante a eventos ocorridos em estacionamentos em *shopping centers* que causem apenas danos patrimoniais, tais como furto, a questão suscita controvérsias quanto à possibilidade dos danos causados pelos serviços incidirem, diretamente, sobre as pessoas ou apenas sobre o patrimônio.

Segundo Zelmo Denari,⁴⁵ o § 1º do art. 14 do CDC “é mera adaptação da norma que conceitua o ‘produto defeituoso’, prevista no art. 6º da Diretiva 374/85 da CCE e no § 1º do art. 12 do nosso Código de Defesa do Consumidor”.⁴⁶ Relata Calais-Auloy que “a diretiva de 1985 se aplica aos danos causados pelos produtos. (...) Quanto aos danos, a diretiva visa, em princípio, à morte ou às lesões corporais: ela foi elaborada, essencialmente, para esse tipo de dano. Porém, ela visa, também, ao dano causado a outra coisa diversa do produto defeituoso em si, sob a condição de que esta coisa seja destinada ao consumo privado. A diretiva adota, portanto, uma noção ampla de segurança, limitada ao campo do direito do consumo. É importante observar que a diretiva não diz respeito à conformidade dos produtos. Ela se aplicará, p. ex., ao caso

45. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto, cit., p. 158.

46. O art. 12 do CDC refere-se à responsabilidade pelo fato do produto.

44. Direito do Consumidor Aspectos Práticos – Perguntas e Respostas, p. 179.

onde a explosão de um aparelho de TV causa danos corporais ou materiais, mas não ao caso onde semelhante aparelho produza imagens ruins. Os problemas de conformidade, dependem, no momento, do direito nacional de cada Estado”.⁴⁷

Assim, com relação a danos materiais ocorridos em estacionamentos de *shopping centers*, em princípio, existe a possibilidade de que a responsabilidade do centro comercial seja fundamentada com base no art. 14 do CDC, que cuida da responsabilidade por fato do serviço, visto que o estacionamento é uma prestação de serviços em que há o dever de vigilância e de conservação do veículo. Se o serviço de estacionamento foi prestado de forma a provocar danos, ainda que somente materiais, o *shopping center* deve responder por estes últimos.

Por outro lado, em que pesem as opiniões de que o *quantum* a ser obtido pelo ressarcimento por danos materiais fundamentado no art. 20 não deve ultrapassar os valores do serviço prestado, o inc. II do referido artigo permite que o consumidor pleiteie perdas e danos causados por vício de inadequação do serviço.

5. Avisos de não responsabilidade

Cabe verificar quais efeitos teriam, perante o CDC, eventuais avisos de não

47. *Droit de la Consommation*, p. 271. No original “La directive de 1985 s’applique aux dommages causés par des produits. (...) Quant aux dommages, la directive vise d’abord la mort ou les lésions corporelles: elle a été faite essentiellement pour ce genre de dommage. Mais elle vise aussi le dommage causé à une chose autre que le produit défectueux lui-même, à condition que cette chose soit vouée à la consommation privée. La directive adopte donc une notion large de la sécurité, tout en restant limitée au champ du droit de la consommation. Il est important d’observer que la directive ne touche en rien la conformité des produits. Elle s’appliquera, par exemple, au cas où l’implosion d’un appareil de télévision cause des dommages corporels ou matériels, mais non au cas où un tel appareil donne de mauvaises images. Les problèmes de conformité relèvent, pour le moment, du droit national de chaque État”.

responsabilidade por parte do *shopping center* em caso de acontecimentos envolvendo veículos estacionados no local destinado. Nos termos do art. 51, I, do CDC, a seguir transcrito, tais cláusulas podem ser consideradas abusivas.

“Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: I – impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos ou serviços que impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor-pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis.”

Também o art. 25 do CDC veda a estipulação de cláusula contratual que impossibilite, atenuem ou exonere a obrigação de indenizar prevista nas três Seções do Capítulo IV do Código, a saber, sobre vícios do produto ou serviço, sobre o fato do produto ou serviço e sobre qualidade e prevenção/reparação dos danos. Segundo Cláudia Lima Marques, a obrigação de indenizar imputada pelo CDC ao fornecedor, nessas Seções, não pode ser afastada por cláusula contratual, como consequência lógica da força e hierarquia das normas do Código, as quais são de ordem pública.⁴⁸

Nelson Néry Jr., em artigo publicado no final de 1990, relatou que “hoje em dia é muito comum observarmos essas cláusulas da exclusão de responsabilidade civil em avisos existentes em estacionamentos de automóveis, por exemplo, que, a partir da entrada em vigor do CDC, não mais poderão ter eficácia”.⁴⁹ Todavia, mesmo após a entrada em vigor da Lei 8.078/90, as cláusulas exonerativas continuaram a ser alegadas pelos fornecedores.⁵⁰

48. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, cit., pp. 424-426.

49. *Revista do Advogado* 33/79.

50. Como exemplo, v. ementa de acórdão do STJ de 23.8.94, no item 2.16 do Apêndice.

Tem-se, como exemplo recente, o caso objeto de ação civil pública interposta pelo Ministério Público, assim relatado por Estefano Kvastek Kummer: “mantém o Mogi Shopping estacionamento de veículos destinados a seus clientes, em área de sua propriedade; entrega aos seus usuários, para controle dos veículos estacionados, cartões de estacionamento (*tickets*) em que figura cláusula que exime o estabelecimento em caso de acontecimentos (danos materiais, roubos e incêndio de veículo) envolvendo veículos estacionados no interior de seu pátio”.⁵¹

O MP, ao propor a ação civil pública, considerou tal cláusula “francamente abusiva, devendo ser considerada nula de pleno direito conforme preceitua o art. 51, inc. I, do CDC, por exonerar o fornecedor por vícios na qualidade de seus serviços”. A referida ação teve por objeto suprimir dos *tickets* a referida cláusula exonerativa de responsabilidade civil que neles constava e incluir informação correta relativa à sua responsabilidade, “qual seja, a de que os veículos que permanecem no estacionamento estão segurados contra danos materiais, roubo e incêndio de veículos”.⁵²

Nota-se que, conforme já relatado, a jurisprudência brasileira caminhou no sentido de considerar ineficazes tais avisos de responsabilidade, por entender que, uma vez tendo proveito com o fornecimento de local para estacionar, o proprietário do estabelecimento comercial não pode, por prática unilateral, eximir-se da responsabilidade pela guarda de seu próprio local. O CDC veio reforçar esta opinião, tornando indisponíveis quaisquer convenções isentando o *shopping center* de responsabilidade sobre acontecimentos envolvendo veí-

culos estacionados nos locais por eles determinados para esse fim.

VII – Conclusão

A análise das decisões sobre eventos ocorridos nos estacionamentos oferecidos pelos estabelecimentos comerciais, incluindo-se os *shopping centers*, as quais culminaram com a emissão, pelo STJ, da Súmula 130, no sentido de que “a empresa responde, perante o cliente, pela reparação do dano ou furto de veículo ocorridos em seu estacionamento”, mostra que:

- os estacionamentos, quando gratuitos, somente apresentam esta característica na aparência, sendo, de fato, onerosos;
- em consequência, a relação entre o usuário do estacionamento e o proprietário do estacionamento não tem a natureza de um contrato de depósito, mas de prestação de serviços;
- o usuário do estacionamento, mesmo que nada adquira nas dependências do estabelecimento comercial, caracteriza-se como consumidor, pois já usufruiu do próprio serviço colocado à disposição. Os estabelecimentos comerciais que colocam estacionamentos à disposição do público, inclusive os *shopping centers*, por sua vez, caracterizam-se como fornecedores, e
- mesmo não mencionando expressamente disposições do CDC, houve uma tendência em decidir-se as questões relacionadas a eventos ocorridos nos estacionamentos oferecidos pelos estabelecimentos comerciais como uma relação de consumo.

Por fim, cabe observar que o elevado número de ações judiciais pleiteando indenização em decorrência de eventos ocorridos nos estacionamentos oferecidos ao público pelos *shopping centers* surgiu porque estes últimos, assim como outros estabelecimentos comerciais, relutaram em assumir a responsabilidade por tais eventos, o que levou a normas tais como a vigente no Município de São Paulo, que exige que os es-

51. “Ação civil pública. Estacionamento em *shopping*. Responsabilidade civil. Cláusulas exonerativas”, RDC 17/342.

52. “Ação civil pública. Estacionamento em *shopping*. Responsabilidade civil. Cláusulas exonerativas”, RDC 17/343.

tabelecimentos que coloquem à disposição de seus clientes mais de 50 vagas para estacionamento devem providenciar seguro contra furto e roubo dos veículos que utilizem os referidos locais. Em conseqüência, grande número de estabelecimentos comerciais, principalmente os *shopping centers*, passaram a cobrar diretamente pelo uso estacionamentos que colocaram à disposição do público.

VIII – Bibliografia

- AULOY, Jean Calais e STEINMETZ, Frank, *Droit de la Consommation*, 4ª ed., Paris, Dalloz, 1996.
- BENJAMIN, Antônio Hermann de Vasconcellos e; DENARI, Zelmo; FILOMENO, José Geraldo Brito; FINK, Daniel Roberto; GRINOVER, Ada Pellegrini; NÉRY JR., Nelson e WATANABE, Kazuo, *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: Comentado pelos Autores do Anteprojeto*, 5ª ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1998.
- COSTA, Zilda Angela Ramos, “Ação ordinária de indenização – Danos morais – Responsabilidade civil – Supermercado – Dever de guarda”, *RDC* 25/215-223.
- FALAVIGNA, Maria Clara Osuna Diaz, *Da Repercussão do Dano em Decorrência do Estacionamento de Veículos*, dissertação de Mestrado perante a Faculdade de Direito da USP, 1996.
- FREITAS, Arystóbulo de Oliveira, “Indenização. Responsabilidade Civil. Furto de veículo. Estacionamento de *shopping*”, *Revista de Direito do Consumidor* 11/223-225.
- GOMES, Orlando, *Contratos*, 11ª ed., Rio de Janeiro, Forense, 1986.
- KUMMER, Estefano Kvastek, “Ação civil pública. Estacionamento em *shopping*. Responsabilidade civil. Cláusulas exonerativas”, *RDC* 17/342-343.
- LOBO, Ana Lúcia da Silva Cardoso Arochela. “Ação civil pública – Vício – Segurança – Produto/Serviço – Vazamento de gás”, *RDC* 21/195-225.
- LUCCA, Newton De, *Direito do Consumidor Aspectos Práticos – Perguntas e Respostas*, São Paulo, Ed. RT, 1995 (Biblioteca de Direito do Consumidor – 10).
- MARQUES, Cláudia Lima, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 3ª ed., São Paulo, Ed. RT, 1998 (Biblioteca de Direito do Consumidor – 1).
- MENEZES, Carlos Alberto, “Anotações sobre a responsabilidade civil por furto de automóveis em *shopping centers*”, *RT* 651/235-239, jan. 1990.
- MIGUEL, Paula Castello, “Contratos de *shopping center*”, *RDM* 107/137-182, Nova Série, jul.-set. 1997.
- MONTEIRO, Washington de Barros, “*Shopping centers*”, *RT* 580/9–14, fev. 1984.
- NÉRY JR., Nelson, “Aspectos da responsabilidade civil do fornecedor no Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90)”, *Revista do Advogado* 33/76-79, São Paulo, Associação dos Advogados de São Paulo, dez. 90.
- PARKER, John e STAHEL, Monica, *Password: English Dictionary for Speakers of Portuguese*, 2ª ed., São Paulo, Martins Fontes, 1998.
- PINTO, Roberto W. Renault e OLIVEIRA Fernando A. Albino (coords.), “*Shopping centers*”. *Questões Jurídicas (Doutrina e Jurisprudência)*, São Paulo, Saraiva, 1991.
- REQUIÃO, Rubens, “Considerações jurídicas sobre os centros comerciais (*shopping centers*) no Brasil”, *RT* 571/9 e ss., mai. 1983.
- STOCCO, Rui, *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial: Doutrina e Jurisprudência*, 3ª ed., São Paulo, Ed. RT, 1997.

IX – Apêndice

I – Jurisprudência sobre estacionamento em “*shopping centers*” e outros estabelecimentos comerciais

A jurisprudência a seguir relacionada foi coletada, principalmente, em:

- *Revista de Direito do Consumidor – RDC.*
- *Boletins da Associação dos Advogados de São Paulo (BAASP).* A consulta foi feita na Internet, mediante acesso do site www.aasp.org.br.
- Acórdãos relacionados na obra coordenada por Roberto Wilson Renault Pinto e Fernando A. Albino de Oliveira, “*Shopping centers*”. *Questões Jurídicas. Doutrina e Jurisprudência*, editada pela Saraiva, em 1991.
- Acórdãos relacionados por Rui Stocco em *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, editado pela Ed. RT, em 1997.

Quando possível, foram citados, também, os repertórios oficiais de jurisprudência que apresentam o conteúdo completo dos acórdãos.

ACÓRDÃOS (EMENTAS)

1. Supremo Tribunal Federal (STF)

1.1 STF-2ª T., RE 114.671-1-RJ, j. 20.10.87, v.u., rel. Carlos Madeira (BAASP 1.527/72, de 23.3.88; RTJ 125/378; RT 626/250)

“Responsabilidade civil – Furto de veículo – Estacionamento de supermercado – Responsabilidade inexistente. Não sendo cobrado dos proprietários de veículos o estacionamento no espaço destinado a esse fim, fora do prédio do supermercado, não há de cuidar do dever de vigilância, em ordem a caracterizar a responsabilidade civil da firma proprietária do estabelecimento, em caso de furto.”

Resumo: “A tese do acórdão recorrido de que o estacionamento é pago indiretamente pelas compras feitas pelos clientes, não tem, *data venia*, substância para configurar a culpa do estabelecimento pelo furto do automóvel, em ordem a responsabilizá-lo pelo prejuízo sofrido pelo cliente. É que não há, na espécie, vigilância presumida, desde que o que é oferecido aos clientes é apenas o espaço para que estacionem seus carros”.

2. Superior Tribunal de Justiça (STJ)

2.1 STJ-3ª T., REsp 4.582-SP, j. 16.10.90, rel. Waldemar Zveiter (RDC 6/286-288; RSTJ 29/324)

“Contrato de depósito para guarda de veículo – Estacionamento – Furto – Indenização. 1. Comprovada a existência de depósito, ainda que não exigido por escrito, o depositário é responsável por eventuais danos à coisa. 2. Depositado o bem móvel (veículo), ainda que gratuito o estacionamento, responde o depositário pelos prejuízos causados ao depositante, por ter aquele agido com culpa *in vigilando*, vez que é obrigado a ter na guarda e conservação da coisa depositada o cuidado e diligência que costuma com o que lhe pertence (art. 1.266, 1ª parte, do CC). 3. Inexistentes os pressupostos previstos nas alíneas *a* e *c* do permissivo constitucional (inc. III do art. 105 da CF), não se conhece do recurso especial.”

Resumo: “Trata-se de recurso especial, fundando no art. 105, III, *a* e *c*, da CF, contra acórdão da 6ª Câmara Civil do TJSP que, por decisão unânime, julgou procedente ação ordinária de indenização promovida pela proprietária do veículo furtado do estacionamento do Banco recorrente. Alega a recorrente que o acórdão recorrido teria negado a vigência dos arts. 159 e 1.281 do CC, eis que as partes não celebraram contrato escrito de depósito, não havendo porque se falar em culpa em fato pelo qual não está obrigado a fazer ou a deixar de fazer, não tendo agido por ação ou omissão, considerando que não recebeu o automóvel da recorrida em depósito e este não é presumível”.

2.2 STJ-3ª T., REsp 5.886-SP, j. 19.2.91, v.u., rel. Nilson Naves (RDC 6/281-286; BAASP 1.699/185, de 19.2.91; DJU-I de 8.4.91, p. 3.883, ementa)

“Estacionamento mantido por shopping center – Furto de veículo – Indenização. 1. De acordo com a orientação da 3ª Turma, por maioria, existe, em casos dessa espécie, contrato de depósito, ainda que gratuito o estacionamento, respondendo o depositário, em consequência, pelos prejuízos causados ao depositante (REsp 4.582). ‘Serviço prestado no interesse do próprio incremento do comércio’, daí ‘o dever de vigilância e guarda’. 2. Embargos de declaração. Imposição de multa. Caso em que a Turma, por maioria de votos, entendeu ofendido o art. 538, parágrafo único, do CPC. 3. Recurso especial, quanto à primeira questão, conhecido pela alínea *c*, por unanimidade, mas improvido, por maioria de votos, e quanto à segunda questão, conhecido pela alínea *a* e provido, por maioria de votos.”

Resumo: “Na base da lide está o furto de um automóvel em estacionamento mantido por um *shopping center*. E sobre ela se assentou a pretensão de receber, da empresa que explora esse estabelecimento, o valor correspondente ao veículo furtado, a título de indenização. A ação foi julgada improcedente em 1º grau, mas o TJSP entendeu, por maioria, prover a apelação interposta.”

“Não é bem como uma mera cortesia propiciada a seus fregueses que os estabelecimentos comerciais reservam área adjacente para o estacionamento de automóveis. Mais que isso, a comodidade é estabelecida como atrativo para a afluência de consumidores, servindo para facilitar a aproximação e a guarda de veículos. No próprio interesse do comércio empreendido, assim, que se incrementa pelo estímulo do conforto oferecido ao público, onde se faz marcante a importância do automóvel como meio de transporte individual.

“Nesse quadro, o estacionamento de veículos consiste em serviço a mais, com vantagem ministrada pela casa ou núcleo comercial, para sobrepor-se aos demais, na concorrência pela conquista da preferência dos consumidores. E o próprio êxito dos *shopping centers* tem sido explicado não só pela concentração de opções de compra e pela obrigada situação das vias de acesso às lojas, mas também pela existência de amplos espaços de guarda de veículos para uso do público.

“Se, assim, o estacionamento consiste em um serviço prestado no interesse do próprio incremento do comércio, disso decorre, para a empresa que o mantém, o dever jurídico de vigilância e guarda dos veículos ali conservados. Com a correlata responsabilidade pela reparação, em caso de furto, quando menos em atenção ao princípio que se define pela atribuição dos sacrifícios a quem recolhe os benefícios de uma determinada atividade ou empreendimento.

“O espaço destinado ao estacionamento é um prolongamento do estabelecimento comercial, não uma via pública. Sendo indiferente, por igual, a existência de avisos indicativos da disposição de não assumir a responsabilidade por furtos ocorridos no período de estacionamento, afixados pela empresa comercial, que isso é absolutamente irrelevante para escusá-la, como prestadora do serviço, do dever de preservar o veículo no local, até ser retomado por seu dono.”

Voto vencido – *Resumo* (Min. Eduardo Ribeiro): O contrato de depósito, que tem natureza real, só se perfaz com a efetiva entre-

ga da coisa. Não configura tradição o simples fato de alguém permitir que outrem se utilize de determinado espaço para estacionar seu veículo.

2.3 STJ-4ª T., REsp 4.805-RJ, j. 15.4.91, v.u., rel. Fontes de Alencar (RDC 6/277-279)

“*Estacionamento – Furto de veículo – Indenização*. 1. A empresa que oferece ao cliente, ainda que gratuitamente, estacionamento de veículos, responde pelo prejuízo sofrido pelo depositante em caso de furto da coisa depositada. 2. Precedentes do Superior Tribunal de Justiça. 3. Recurso especial não conhecido. 4. Unânime.”

Resumo: Trata-se de ação ordinária de indenização proposta contra um supermercado por um cliente que teve seu veículo furtado do estacionamento que fica no subsolo da empresa, enquanto fazia compras no supermercado.

Ressalva do Min. Athos Carneiro declara o seguinte: “entendo que naqueles casos em que grandes estabelecimentos comerciais propiciam locais de estacionamento aos seus clientes, quer no subsolo do próprio prédio, quer em pátios de estacionamento contíguos, dotados de vigilância, o dever de indenizar, em princípio, ocorre. Faço apenas exceção àquelas hipóteses em que o cliente é devidamente prevenido através de avisos ostensivos e inequívocos, de que a empresa não dispõe de vigilância e não assume a guarda dos veículos estacionados. Nestes casos, entendo que o risco de furto ou danos recai no próprio proprietário que, nos dias de hoje, normalmente coloca em seu próprio veículo determinados instrumentos ou sistemas de segurança e de alarme”.

2.4 STJ-3ª T., Resp 9.851-SP, j. 19.11.91, rel. Eduardo Ribeiro (RDC 6/280)

“*Estacionamento de veículo – Roubo – Força maior*. Constitui força maior, a isentar da obrigação de indenizar, a circunstância de não poder o veículo ser entregue a seu proprietário em virtude de roubo a mão armada. Não é razoavelmente exigível mantenha o administrador do local, destinado a estacionamento, aparato de segurança apto a impedir tais eventos.”

Resumo: “José Carlos P. F. Brandão ajuizou ação contra Obras Sociais Nossa Senhora das Graças pretendendo indenização por roubo de veículo de sua propriedade, ocorrido no estacionamento explorado pela ré”.

2.5 STJ-4ª T., REsp, j. 9.6.92, rel. Bueno de Souza (RT 690/163; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 269)

“*Civil – Responsabilidade – Furto de auto móveis – Estacionamento de supermercado*. 1. Consoante a orientação jurisprudencial que veio a prevalecer nesta Corte, deve o estabelecimento comercial responder pelos prejuízos causados à sua clientela no interior de área própria destinada ao estacionamento de veículos. 2. Recurso especial conhecido, mas desprovido.”

2.6 STJ-3ª T., REsp 12.021-0-SP, j. 30.6.92, v.u., rel. Eduardo Ribeiro (BAASP 1.767/428, de 4.11.92)

“*Responsabilidade civil – Estacionamento – Furto de veículo*. Oferecendo o comerciante estacionamento para seus clientes que, pelo aparato apresentado, são induzidos à crença de que também se propicia segurança, responde civilmente pelos prejuízos decorrentes de furto ou danificação do veículo.”

2.7 STJ-4ª T., REsp 23.602-SP, j. 20.10.92, v.u., rel. Sálvio de Figueiredo (BAASP 1.778/23, de 20.1.93)

“*Direito civil – Indenização – Estacionamento em agência bancária – Furto de motocicleta – Responsabilidade pela guarda da coisa – Procedimento inadequado – Inocorrência de prejuízo – Nulidade não acolhida – Princípio da instrumentalidade – Recurso desprovido*. I – Mesmo que não se descortine a figura contratual do depósito, responsável é o banco por furto de veículo ocorrido em seu estacionamento, colocado à disposição da sua clientela em atenção aos seus objetivos empresariais. II – Simples avisos de não responsabilidade não têm o condão de eximir o dono do estacionamento do bem confiado à guarda e à diligência habituais com o que é seu. III – Se inócurren

te, recomenda o princípio da instrumentalidade que não se deve anular o processo apenas por inobservância do procedimento.”

2.8 STJ, REsp, j. 7.12.92, rel. Barros Monteiro (DJU 234/23.322; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 269)

“*Responsabilidade civil – Estacionamento em supermercado – Furto de automóvel*. A empresa que, visando atrair clientes, põe à disposição destes estacionamento de veículos responde pelos prejuízos sofridos em caso de furto. Precedentes do STJ.”

2.9 STJ-3ª T., REsp 31.426-8-SP, j. 8.3.93, v.u., rel. Dias Trindade (BAASP 1.817/445, de 20.10.93)

“*Civil – Responsabilidade – Furto em estacionamento de supermercado*. A empresa que explora supermercado é responsável pela indenização de dano causado por furto de veículo em ‘estacionamento interessado’ que mantém, por falta ao dever de vigilância.”

2.10 STJ-4ª T., REsp 32.826-7-SP, j. 30.3.93, v.u., rel. Sálvio de Figueiredo (BAASP 1.803/291, de 14.7.93)

“*Direito civil – Indenização – Furto de veículo – Estacionamento de supermercado – Responsabilidade pela guarda e vigilância – Precedentes – Recurso não conhecido*. O estabelecimento comercial que oferece, como fator de captação de clientela, local presumivelmente seguro para estacionamento, assume dever de guardar e vigilância sobre os veículos parqueados, respondendo civilmente em caso de furto ou danificação dos mesmos.”

2.11 STJ-3ª T., REsp 48.678-5-RJ, j. 2.8.93, v.u., rel. Waldemar Zveiter (BAASP 1.869/121, de 19.10.94)

“*Ação ordinária de indenização – Estacionamento – Supermercado – Furto de veículo*. Comprovada a existência de depósito, ainda que não exigido por escrito, o depositário é responsável por eventuais danos à coisa. Depositado o veículo, ainda que gratuito o estacionamento, responde o depositário pelos prejuízos causados ao depositante,

por ter aquele agido com culpa *in vigilando*, vez que é obrigado a ter na guarda e conservação da coisa depositada o cuidado e diligência que costuma com o que lhe pertence (art. 1.266, 1ª parte, do CC).” No mesmo sentido: REsp 53.059-8-SP, j. 27.9.94 (BAASP 1.874/138, de 31.10.94).

2.12 STJ-3ª T., REsp 37.970-9-SP, j. 25.10.93, v.u., rel. Nílson Naves (BAASP 1.835/24-e, de 28.2.94)

“Responsabilidade civil – Furto de veículo em estacionamento de supermercado – Caso em que a indenização é devida, conforme precedentes do STJ: REsp 5.886, 5.905, 6.517, 7.159, 32.826, 34.743 etc. – Recurso especial conhecido e provido.”

2.13 STJ-4ª T., REsp 38.568-7-RS, j. 23.2.94, maioria, rel. Antônio Torreão Braz (BAASP 1.856/85-e, de 26.7.94)

“Furto de veículo de estacionamento de supermercado – Prova – Negada, pela instância revisora ordinária, a existência de prova do fato ensejador do pedido indenizatório, não cabe, em recurso especial, o reexame das provas em que se louvou o acórdão.”

2.14 STJ-3ª T., REsp, j. 28.2.94, rel. Eduardo Ribeiro (RSTJ 62/312; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, pp. 262 e 269)

“A jurisprudência do STJ orientou-se no sentido de que o furto do veículo ocorrido em estacionamento de estabelecimentos comerciais ou bancários é indenizável e, ainda que se trate de depósito irregular, gratuito, o depositário responde pelos prejuízos.”

2.15 STJ-4ª T., REsp 51.854-7, j. 17.8.94, v.u., rel. Fontes de Alencar (BAASP 1.867/116-e, de 5.10.94)

“Responsabilidade civil – Furto de veículo – Estacionamento – Empresa – Pelo prejuízo derivante do furto de veículo automotor do cliente, ocorrido em seu estacionamento, responde a empresa comercial – Súmula 83 do STJ – Recurso especial de que não se conheceu.”

2.16 STJ, REsp 52.270-6-SP, j. 23.8.94, v.u., rel. Sálvio de Figueiredo Teixeira (RDC 17/187-189; DJU de 19.9.94, p. 24.702)

“Responsabilidade civil – Furto de veículo em estacionamento de supermercado – Dever de guarda e vigilância – Avisos ostensivos precedentes. Recurso provido. I – O estabelecimento comercial que, como fator de captação de clientela, oferece local presumivelmente seguro para estacionamento, ainda que nada cobre por isso, assume obrigação de guarda e vigilância sobre os veículos parquoados, respondendo civilmente pela reparação devida em caso de furto ou danificação dos mesmos. II – Simples avisos de não responsabilidade não têm o condão de eximir o mantenedor do estacionamento do dever de conservação dos bens confiados à sua guarda.”

Obs.: O acórdão menciona os seguintes precedentes do STJ: REsp 10.962 (DJ de 26.8.91), 30.708 (DJ de 22.3.93), 32.826 (DJ de 3.5.93), 40.295 (DJ de 11.4.94), 19.360 (DJ de 28.9.92) e 29.198 (DJ de 2.8.93).

2.17 STJ-4ª T., AgRg, j. 12.9.94, rel. Ruy Rosado de Aguiar (RSTJ 66/20; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, pp. 262-263)

“O estabelecimento bancário que põe à disposição de seus clientes uma área para estacionamento dos veículos assume o dever, derivado do princípio da boa-fé objetiva, de proteger os bens e a pessoa do usuário. O vínculo tem sua fonte na relação contratual de fato assim estabelecida, que serve de fundamento à responsabilidade civil pelo dano decorrente do cumprimento do dever.”

2.18 STJ-3ª T., REsp, j. 28.6.91, rel. Cláudio Santos (RT 678/214; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 269)

“Responsabilidade civil – Estacionamento – Supermercado – Furto. Ante o interesse da empresa em dispor de estacionamento para angariar clientela é de presumir-se seu dever de guarda dos veículos ali estacionados, sendo indenizável o prejuízo decorrente de furto.”

2.19 STJ-4ª T., REsp, j. 18.6.91, rel. Fontes de Alencar (RT 679/208; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 269)

“A matéria já se acha pacificada nesta Corte, no sentido de que, se o furto de veículo ocorre no estacionamento (interno) do supermercado, a responsabilidade pelos prejuízos é do estabelecimento comercial, pela culpa *in vigilando*.”

2.20 STJ-3ª T., REsp 37.095-7, j. 8.8.94, rel. Cláudio Santos (*DJU* de 8.8.94, p. 19.565; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 270)

“*Responsabilidade civil – Furto de veículo – Supermercado – Oferta de estacionamento*. 1. Ao oferecer estacionamento gratuito, inclusive com ostensivo anúncio de tal, o supermercado assume um dever junto ao cliente. 2. Por tal, responsabiliza-se civilmente, porquanto o cliente é atraído pela comodidade oferecida e na convicção de que terá o seu patrimônio garantido contra danos. 3. Recurso a que se nega provimento.”

2.21 STJ-4ª T., REsp, j. 4.12.90, rel. Athos Carneiro (*RSTJ* 20/384; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 270)

“*Responsabilidade civil – Furto de veículo em estacionamento de supermercado*. Embora inexistente pagamento direto, a empresa tem manifesto interesse econômico em dispor de local para estacionamento de carros, eis que atualmente este é o fator mais ponderável no angariar e atrair clientes. Presumível, assim, um dever de guarda dos veículos ali estacionados, salvo se ostensivos avisos comunicam que a empresa não assume tal encargo. Caso em que as circunstâncias indicam a assunção do ônus.”

2.22 STJ-3ª T., REsp, j. 9.3.92, rel. Dias Trindade (*RT* 699/189; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 270)

“A empresa que explora supermercado é responsável pela indenização de furto de automóvel, verificado em estacionamento que mantém, ainda que não cobre por esse serviço destinado a atrair a clientela, por falta ao seu dever de vigilância.”

2.23 STJ-4ª T., REsp, j. 12.12.94, rel. Sálvio de Figueiredo (*RSTJ* 73/264; *Respon-*

sabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial, p. 271)

“Mesmo que a empresa não tem qualquer relação com o fornecimento de serviços de guarda e segurança, como as que se dedicam ao comércio atacadista de supermercado, assumem dever de guarda e conservação, cumprindo-lhes fornecer vigilância adequada, o que encerra compromisso de diligenciar as cautelas e providências assecuratórias regulares, normais. Não se mostra exigível à empresa, no entanto, como regra, evitar subtração realizada com emprego de ameaça e violência a que nem mesmo os próprios donos dos veículos teriam condições de resistir.”

3. Tribunal de Alçada de Minas Gerais (TAMG)

3.1 TAMG-2ª C., ap. cível 161.415-3, j. 5.10.93, rel. Isalino Lisboa (*RDC* 11/249-252)

“*Responsabilidade civil – Estabelecimento comercial – Estacionamento – Furto de veículo – Culpa objetiva – Prova – Presunção*. O estabelecimento comercial responde, em grau de culpa objetiva, pelo dano ou furto de veículo ocorridos em seu estacionamento. Prevalece como elemento probante o boletim de ocorrência policial não infirmado por outros meios de convencimento.”

4. Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP)

4.1 TJSP-8ª C., ap. cível 62.021, j. 12.6.85, rel. Fonseca Tavares (*Shopping centers – Questões Jurídicas*, pp. 432-435; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 267; *RT* 600/79 e *RJTJSP* 96/156-8)

“*Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de shopping – Responsabilidade da administradora – Irrelevância da ausência de depósito do veículo junto à ré, bem como da inexistência de pagamento direto, por estar devidamente incluído no preço de custo da mercadoria – Indenização devida – Recurso provido para esse fim*. O fato de ser

gratuito o estacionamento de automóveis em *shopping centers* não significa que não se esteja obtendo lucro com este, não se eximindo a administradora e a locatária da área destinada ao estacionamento da indenização devida pela subtração do veículo.”

4.2 TJSP, ap. cível 77.285-1, j. 1.10.86, rel. Nelson Hanada (*Shopping centers – Questões Jurídicas*, pp. 419-422 e *RJTJSP* 107/148-149)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de objetos de veículo em estacionamento de *shopping center* – Responsabilidade da administradora – Irrelevância da ausência de depósito do veículo junto à ré, bem como de pagamento direto, por estar implicitamente incluído no preço do custo da mercadoria. Indenização devida.”

Resumo: “Objetos deixados no portamalas do veículo foram retirados, mediante arrombamento, por desconhecidos, durante o tempo em que o veículo permaneceu no estacionamento interno do *shopping center*. O estacionamento, oferecido como gratuito, todavia, de gratuito só tem a falta de pagamento direto, porque, como já se disse: ‘é bem certo que o dispêndio com a retribuição pelos serviços estará devidamente incluído no preço de custo da mercadoria’ (*RT* 600/79).

“O relacionamento existente entre o cliente usuário do estacionamento e a administração do *shopping center* não se caracteriza como contrato de depósito típico, posto que há, a desnaturá-lo, a prestação de serviços que podem ser definidos como de segurança.”

4.3 TJSP-1ª C., Elnfs, j. 9.8.88, rel. Álvaro Lazzarini (*Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 269; *RJTJSP* 116/350)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de supermercado – Dever de vigilância e custódia – Vínculo jurídico decorrente do preço incluído no valor das mercadorias e na perspectiva de lucro da afluência de clientela atraída pela comodidade do estacionamento – Embargos rejeitados.”

4.4 TJSP-7ª C., ap. cível 103.248-1, j. 2.11.88, rel. Sousa Lima (*Shopping centers – Questões Jurídicas*, pp. 428-429)

“Responsabilidade civil – *Shopping center* – Furto de veículo em estacionamento – Gratuidade que não afasta o dever de guarda – Relação que não se caracteriza como contrato de depósito típico, mas envolve prestação de serviços de segurança cobrados indiretamente no custo da mercadoria – Indenização devida. Na hipótese dos autos, não se pode duvidar das afirmativas feitas pelo autor, que imediatamente comunicou o furto aos prepostos da ré e à polícia, logo após ter chegado ao local, depois das compras que fez no *shopping*, ocasião em que não mais encontrou seu carro. O estacionamento do *shopping* em questão é cercado, possui cancelas de entrada e saída, guaritas e guarda de segurança, de modo a assegurar tranquilidade à clientela, o que, aliás, é objeto de propaganda. Assim não colhem os argumentos expendidos pela ré com o objetivo de isentar-se de responsabilidade pelo evento danoso.”

4.5 TJSP-7ª C., ap., j. 2.11.88, rel. Sousa Lima (*RT* 639/60; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 268)

“Os *shopping centers* que oferecem estacionamento gratuito a seus clientes não se isentam de responsabilidade pelo furto de veículos colocados sob sua guarda, pois é certo que a retribuição pelos serviços está devidamente incluída no preço de custo das mercadorias. O relacionamento entre o cliente usuário do estacionamento e a administração do *shopping* não se caracteriza como contrato de depósito típico, mas como prestação de serviços que podem ser definitivos como de segurança.” No mesmo sentido: *RJTJSP* 95/138, 96/156, 98/148, 102/101, 107/149 e 108/373.

4.6 TJSP-1ª C., ap., j. 22.8.89, rel. Luís de Macedo (*RJTJSP* 123/154; *RT* 646/69; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, pp. 267-268)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacio-

namento de shopping center – Existência de vigilância ostensiva no local, além de contrato de seguro, mantido pelo réu, por danos causados a veículos de terceiros – Gratuitidade do serviço e permanência do veículo na posse de seu motorista que não excluem o dever de indenizar – Ação procedente – Recurso não provido. A responsabilidade civil do shopping center por furto de veículo ocorrido em seu estacionamento não pode ser afastada pelo fato de ser gratuito o uso do local, tampouco por permanecer o motorista do carro na posse da respectiva chave. É o conjunto de circunstâncias em que se opera o estacionamento que irá definir o dever de indenizar. Assim, se o local conta com ostensivo e sofisticado aparato de segurança a atrair a clientela, se o shopping mantém contrato de seguro por danos causados a veículos de terceiros ‘sob sua guarda’ e se o estacionamento é fundamental para o sucesso comercial das lojas que o compõem, inafastável, portanto, o dever de reparar o dano.”

4.7 TJSP-5ª C., ap., j. 22.3.90, rel. Márcio Bonilha (RTJSP 126/163; RT 655/78; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 268)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de shopping center – Dever de vigilância e custódia – Relação jurídica decorrente do preço incluído no valor das mercadorias e na perspectiva de lucro da afluência de clientela atraída pela comodidade oferecida – Verba devida – Recurso não provido. Há responsabilidade civil do shopping center por furto de veículo ocorrido em seu estacionamento, pois, destinando área para tal finalidade com intuito de atrair a clientela, o estabelecimento assume o dever de vigilância, pouco importando que, no sentido direto, não haja contraprestação pecuniária pelo respectivo uso ou que não seja utilizado o sistema de entrega de comprovante de estacionamento.”

4.8 TJSP-8ª C., ap., j. 28.3.90, rel. José Osório (RT 659/79; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 265)

“O estabelecimento que oferece estacionamento gratuito a seus clientes não se exime da obrigação de indenizar caso haja furto de veículo, pois o contrato não é autenticamente gratuito, mas, sim, fruto de cortesia com interesse de agradar os clientes, visando ao aumento da clientela. Tal contrato (*contrato de garage*), é provado por qualquer meio.”

4.9 TJSP-2ª C., ap., j. 6.2.90, rel. Cezar Peluzo (RTJSP 125/180; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 269)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de supermercado – Dever de vigilância e custódia – Relação jurídica decorrente de serviço complementar, remunerado de maneira indireta – Irrelevância de não ter havido transferência de posse mediante entrega das chaves do veículo e de a oferta de estacionamento ser imposição legal – Verba devida – Ação procedente – Recurso não provido.”

4.10 TJSP-3ª C., ap., j. 11.12.90, rel. Flávio Pinheiro (RTJSP 131/71; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 262)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de agência bancária – Responsabilidade emergente do serviço complementar prestado – Existência, ademais, de vigilância ostensiva no local, contratada pela ré para comodidade da clientela – Verba devida – Ação procedente – Recurso não provido.” Vide RT 672/100.

4.11 TJSP-4ª C., ap., j. 25.7.91, rel. Cunha de Abreu (RT 677/117; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 268)

“O shopping center é responsável pelo furto de veículo ocorrido em estacionamento colocado à disposição da clientela. Nem se argumente que o serviço de estacionamento é gratuito pela falta de contraprestação pecuniária, uma vez que o preço está incluído no valor das mercadorias ou dos serviços prestados.”

4.12 TJSP-1ª C., ap., j. 12.11.91, rel. Gomes de Amorim (RJTJSP 135/150; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 268)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de shopping center – Dever de custódia que decorre logicamente da vantagem auferida com o estacionamento – Serviço apenas aparentemente gratuito, em face da inegável remuneração indireta embutida nos preços das mercadorias ou dos serviços – Verba devida – Recurso não provido.”

4.13 TJSP-7ª C., ap. 184.519-116, j. 20.1.92, rel. Campos Mello (RDC 25/215-216)

“Responsabilidade civil – Morte de filho – Atropelamento ocorrido em estacionamento de supermercado – Acidente causado por autor do furto de veículo estacionado no seu interior – Irrelevância do dano ter sido causado por terceiro – Dever de guarda momentaneamente transferido ao supermercado – Caracterização de culpa leve que gera obrigação de indenizar – Indenização devida.”

Resumo: “(...) a responsabilidade da ré exsurge nítida no caso, na gênese dos acontecimentos, ou seja, na ocorrência da subtração do veículo. A ré tem o dever legal de zelar pela segurança dos veículos estacionados no interior de seu estabelecimento. E que não se pode negar a responsabilidade que ordinariamente está conferida ao titular de estabelecimento de acesso franqueado aos clientes. Ainda que não se vislumbre contrato de depósito, com tradição real ou simbólica, o aparato de segurança existente funciona como atrativo à captação de clientela. Área cercada, e guardas de segurança em seu interior, esse quadro funciona como poderoso chamariz ao consumidor mediano, que supõe, justamente, que lá seu veículo estará sendo protegido de subtrações. Tal aparato de segurança acarreta, em contrapartida, dever de vigilância que não pode ser negligenciado. (...) Se o aparato de segurança induz o consumidor mediano a adquirir os produtos da apelante, se serve como atrativo na captação da

clientela, o dever de proteção que lhe é correlato não pode ser meramente aparente. Ao contrário, deve ser exercido eficazmente. Afinal, ainda que se admita, por epítrope, a impossibilidade de que os custos daí decorrentes venham a ser repassados à clientela, não se pode perder de vista que os lucros auferidos em estabelecimentos dessa natureza são provenientes, primordialmente, do volume de vendas efetuadas, que, por seu turno, são decisivamente impulsionadas pelas condições de segurança que são aparentemente ofertadas aos consumidores (...)”.

4.14 TJSP-4ª C., EInfs, j. 27.2.92, rel. Cunha de Abreu (RJTJSP 137/388; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 268)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de shopping center – Existência de aparato de segurança a funcionar como captador de clientela – Onerosidade do serviço, ademais, embutida nos preços finais dos bens e/ou serviços operacionalizados no estabelecimento – Verba devida – Embargos recebidos.”

4.15 TJSP-2ª C., EInfs, j. 30.6.92, rel. Cezar Pelazo (RT 696/97; *Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, pp. 268-269)

“Responsabilidade civil – Furto de veículo em estacionamento de shopping center – Indenização devida pelo centro comercial a despeito de não haver contraprestação pecuniária direta pelo uso – Dever de custódia assumido quando do oferecimento, por obrigação legal ou simples conveniência econômica, do espaço destinado aos veículos – Voto vencido. Sempre que, no âmbito doutra relação jurídica, como a que se estabelece entre os fregueses e os centros comerciais (*shopping centers*), supermercados etc., o vendedor ou o prestador de serviços ofereça, por obrigação legal ou simples conveniência econômica, espaço próprio para veículos, assume dever de custódia.”

4.16 TJSP-6ª CCivil de férias, ap. cível 171.056-1/2-SP, j. 6.8.92, v.u., rel. José Malerbi (BAASP 1.793/174, de 5.5.93)

“Ação indenizatória por furto ocorrido em estacionamento de supermercado – Prova de que estava fazendo compras no supermercado.”

Resumo: “Trata-se de ação indenizatória por furto de veículo ocorrido em estacionamento de supermercado. [Em 1ª grau], a ação foi julgada improcedente por falta de prova no sentido de que tenha o delito ocorrido efetivamente no estacionamento. (...)”

“É inquestionável o dever de vigilância de estabelecimento comercial que oferece a seus clientes estacionamento, angariando assim clientela, acenando-lhes com maior conforto e segurança. Em consequência, assume o dever de vigilância. Na falta desta, tem a obrigação de indenizar. (...) A prova do fato (...) é suficiente para admitir como verdadeiras as alegações iniciais. O apelante comunicou o fato às 23h30 do dia 18.12.89, indicando como local do furto o pátio do estacionamento da recorrida. Juntou aos autos a nota de compra tirada às 21h47 do mesmo dia. (...) Houve o registro oportuno do furto perante a autoridade policial, reforçando a imediata reação do autor à veracidade dos fatos por ele narrados. Não consta nos autos ter o recorrido tomado as medidas judiciais cabíveis, no sentido de atribuir ao autor a hipótese prevista no art. 340 do CP, ou seja, provocar a autoridade, comunicando a ocorrência de crime ou de contravenção, que sabe não se ter verificado.”

4.17 TJSP-4ª CCivil, Elnfs 170.359-1/0-01-SP, j. 17.12.92, rel. Freitas Camargo (BAASP 1.809/352, de 25.8.93)

“Indenização – Furto de automóveis em estacionamento de supermercado – Inexistência de lei que obrigue a empresa comercial a responsabilizar-se por veículo em seu estacionamento – Culpa in vigilando não caracterizada.”

Resumo: “Argumenta a embargante que não assumiu a guarda do veículo furtado e que o pátio de estacionamento é gratuito e constitui mera comodidade oferecida aos seus clientes, não havendo nessa oferta nenhuma obrigação de natureza contratual ou

legal, que lhe imponha o dever de guarda dos veículos que ali estacionam.

“A embargante tem razão. A decisão recorrida nega o preceito do inc. II, do art. 5º, da CF/88, no sentido de que ‘ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei’. Não há no Direito Positivo brasileiro lei alguma que imponha o dever de guarda ao proprietário de empresa comercial que mantenha pátio de estacionamento para os veículos de seus clientes. A responsabilidade civil na sistemática do nosso Direito está baseada no princípio da culpa, como já salientou o STF no julgamento do RE 114.671, em caso análogo e pondo em evidência que a responsabilidade objetiva só é admissível em casos expressos em lei, o que, todavia, não ocorre no caso em exame.

“Por consequência, sem que haja lei ou contrato, não se pode falar na existência de culpa e, tampouco, na existência de ‘culpa *in vigilando*’, uma vez que a ré não assumiu a responsabilidade da guarda dos veículos estacionados no aludido pátio.”

4.18 TJSP-1ª C., ap. cível 184.775-1/1-Ribeirão Preto, j. 2.2.93, v.u., rel. Guimarães e Souza (RDC 11/223)

“Indenização – Furto de veículo em estacionamento de shopping center – Autor não era cliente – Responsabilidade civil não caracterizada.”

Resumo: “Trata-se de ação de indenização julgada improcedente, condenando o autor ao pagamento das despesas processuais e dos honorários advocatícios do réu. Apelo o autor pugnano pela reforma da decisão recorrida, para que a ação seja julgada procedente, porque além de funcionário era também consumidor do *shopping*, devendo este indenizar tanto clientes como funcionários que deixam seus veículos em seus estacionamentos.

“A decisão recorrida bem apreciou a questão debatida nos autos, merecendo, por isso, subsistir por seus próprios e jurídicos fundamentos.

“A inicial é clara: o autor estacionou o veículo de sua propriedade no condomínio-

rêu, para se dirigir ao seu local de trabalho e, após cumprida a jornada de trabalho, ao dirigir-se ao local onde havia deixado seu automóvel, foi surpreendido com o furto que noticia.

“Ainda que o autor se inclua como um dos consumidores das lojas instaladas no condomínio-rêu, no dia do furto de seu veículo lá não compareceu como consumidor, mas sim, como empregado de uma das lojas nele localizadas.

“Assim sendo, a jurisprudência que admite a responsabilidade de estabelecimentos comerciais por furto de veículos deixados por clientes em seus estacionamentos, não favorece, de fato, o autor, pois não o alcança.

“Somente poderia haver responsabilidade do empregador se este destinasse espaços para estacionamento de seus funcionários. Nesse caso, a empresa passa a ser depositária dos veículos de seus empregados.

“O caso dos autos é diverso: o autor não é empregado do réu. Portanto, não há como se cogitar, sequer, de responsabilidade do ora apelado, porque, inexistente o vínculo empregatício, não ofereceu ele estacionamento ao autor, assumindo a condição de depositário.

“Ante o exposto, nega-se provimento ao recurso.”

4.19 TJSP-8ª C., ap. cível 238.119-1/8-SP, j. 14.2.96, v.u., rel. Aldo Magalhães (BA-ASP 1.999/31-e de 16.4.97; RT 734/319)

“Responsabilidade civil – Estacionamento de veículos – Roubo praticado mediante grave ameaça – Exclusão da culpa e responsabilidade da empresa proprietária do estabelecimento – Inteligência do art. 1.057 do CC. O roubo de veículo realizado em interior de estabelecimento comercial, mas praticado mediante violência ou grave ameaça, exclui a culpa e conseqüentemente a responsabilidade civil da proprietária do estacionamento, como resulta do art. 1.057 do CC.”

4.20 TJSP-2ª C., ap., j. 30.6.92, rel. Cezar Peluzo (RJTJSP 125/180; Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial, p. 269)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de supermercado – Dever de vigilância e custódia – Relação jurídica decorrente de serviço complementar, remunerado de maneira indireta – Irrelevância de não ter havido transferência de posse mediante entrega das chaves do veículo e de a oferta de estacionamento ser imposição legal – Verba devida – Ação procedente – Recurso não provido.”

4.21 TISP-1ª C., ap. 147.766-1, j. 13.8.91, rel. Renan Lotufo (Ement. Jurisp. Recente jan.-fev./92, p. 32; Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial, pp. 269-270)

“Indenização – Responsabilidade civil – Veículo – Furto em estacionamento do Makro – Determinado pagamento da verba – Alegada ilegitimidade da parte e inexistência de responsabilidade contratual, em face da ausência de vínculo – Inadmissibilidade – Hipótese em que a oferta do estacionamento, pela autora, já implica a responsabilidade do estabelecimento, independentemente de vigilância específica. Recurso não provido.”

4.22 TJSP 7ª C., ap., j. 12.12.90, rel. Leite Cintra (RJTJSP 131/172; Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial, p. 270)

“Indenização – Responsabilidade civil – Ato ilícito – Furto de veículo em estacionamento de supermercado – Dever de vigilância e custódia – Vínculo jurídico decorrente do preço embutido no valor das mercadorias e na perspectiva de lucro na afluência de clientela atraída pela comodidade do estacionamento – Verba devida – Recurso provido. Na disputa da clientela pelo estabelecimento comercial, um bom estacionamento constitui fator de muita importância, e quem tira proveito das dependências de quem dispõe o veículo lá. Trata-se de responsabilidade objetiva, somente elidida por eventual intercessão de outro fluxo causal autônomo (caso fortuito).”

4.23 TJSP-1ª C., ap. 220.519-1/7, j. 6.7.94, rel. Álvaro Lazzarini (*Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 270)

“A gratuidade do estacionamento não é real, porque o preço por sua utilização está embutido no valor das mercadorias que irão ser consumidas pelos clientes que nele adentrarem, não podendo o apelante montar uma armadilha em oferecer estacionamento, como fator de captação de clientela, dando-lhe idéia de segurança, para ao depois proceder como vem procedendo, nestes casos e nos inúmeros casos que envolvem a empresa-apelante, de furtos de veículos em seus estacionamentos.” No mesmo sentido e do mesmo relator: ap. 195.879-1 e 196.540-1.

4.24 TJSP-1ª C., ap., j. 6.7.94, rel. Álvaro Lazzarini (*RT 709/83; Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 270)

“Não há como o supermercado isentar-se da responsabilidade sobre a guarda do veículo, a pretexto de não ter caracterizado qualquer espécie de depósito e o estacionamento ser absolutamente gratuito, pois tal gratuidade não é real, porque o preço por sua utilização está embutido no valor das mercadorias que irão ser consumidas pelos clientes que nele adentrarem. A alegação de que incorreu comprovação do furto de veículo no pátio do estabelecimento do supermercado cai por terra principalmente com a ‘certidão de não localização do veículo’, exarada pelo Depto. Estadual de Investigações Criminais e o boletim de ocorrência, já que este último goza de presunção *juris tantum* de verdade dos atos jurídicos em geral, de forma que suas conclusões, não infirmadas por antiprova robusta, servem para esteiar a composição do conflito.”

4.25 TJSP-7ª C., ap., j. 20.1.92, rel. Campos Mello (*RT 700/69; Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial*, p. 270)

“A responsabilidade do supermercado exsurge nítida no caso de atropelamento e morte ocorridos nas dependências do seu es-

tacionamento, causados por veículo que acabara de ser furtado na fuga do autor da subtração, pois era seu dever jurídico impedir a consumação da subtração do veículo. Era seu dever também evitar o rompimento do equilíbrio jurídico. Afinal, é sabido que ordinariamente, cabe ao detentor da coisa potencialmente perigosa, como um veículo automotor, zelar para que ela não cause danos a terceiros. Nas circunstâncias porém, esse dever de guarda, normalmente atribuído ao proprietário ou possuidor do veículo, estava momentaneamente transferido ao supermercado que dele não se desincumbiu a contento. Não importa que o autor direto do dano tenha sido terceiro. No âmbito civil, mesmo a culpa leve gera obrigação de indenizar. E a negligência dos prepostos do supermercado no dever de vigilância restou patenteada pelas próprias circunstâncias da subtração perpetrada.”

5. Conselho Recursal do Juizado Especial Cível e do Consumidor do RJ

5.1 CRJECC-11ª T., Rec. 427/97, j. 25.6.97, rel. Luiz Felipe Miranda de Medeiros Francisco (*RDC 23-24/357 e ss.*).

“*Responsabilidade civil – Indenização por danos causados a veículo no interior do estacionamento de supermercado – Em se tratando de responsabilidade civil, objetivando reparação de dano causado a veículo, por ele responde o supermercado, se comprovado ali tenha ocorrido o fato, porque do estacionamento se beneficia a empresa, para a incrementação do seu negócio.*”

Resumo: “Francisco Edison Fontenele compareceu ao Juizado Especial Cível e do Consumidor de Realengo, onde formulou reclamação contra a firma Carrefour Com. e Ind. Ltda., pretendendo vê-la compelida a indenizá-lo por avarias causadas ao veículo de sua propriedade, quando ali se encontrava estacionado, anexando ao pedido orçamentos.

“A hipótese é de responsabilidade civil, havendo a sentença recorrida acolhido a pretensão indenizatória e condenado a reclamar a ao pagamento do valor correspondente ao orçamento de menor preço para a reparação.

De toda a prova colhida nos autos, resulta claro que o fato efetivamente ocorreu no estacionamento do supermercado, sendo dispensável o registro policial da ocorrência, eis que do fato não resultou nenhuma vítima, como bem enfatizou o julgador de primeiro grau.”

6. Tribunal de Justiça do RJ (TJRJ)

6.1 TJRJ-2ª CCível, ap. cível 36.788, j. s/d, rel. Felisberto Ribeiro (*Shopping centers – Questões Jurídicas*, pp. 419-422)

“*Responsabilidade civil – Furto de automóvel em estacionamento gratuito, proporcionado pelo estabelecimento comercial a seus fregueses – Ausência de culpa – Inexistência de contrato – Fato sem comprovação convincente – Improcedência da ação.* A respeito, já haviam se proferido dois acórdãos, nas apelações cíveis 30.079, de Niterói, e 30.305, de Nova Iguaçu, estabelecendo o seguinte: ‘Furto de automóvel em estacionamento proporcionado por estabelecimento comercial a seus fregueses. Inexistência de culpa do estabelecimento e improcedência da ação de indenização’. Qualquer do povo tem acesso ao estacionamento de um *shopping center*, assim como tem acesso às vias públicas. Conforme acentuado no acórdão proferido na ap. 20.079, ‘o estacionamento, cuja utilização independe, como é notório, de prévio consentimento da direção da loja, funciona, para dito fim, como prolongamento da via pública’. A oferecê-lo aos fregueses, o proprietário do estacionamento não assume a responsabilidade de guarda do veículo, do qual não se torna depositário. O freguês usa o estacionamento como comodidade sua. De graça. Ele não faz entrega do veículo ao responsável pelo estacionamento. Então, se ocorre furto, não pode ele, responsável pelo estacionamento, ser responsabilizado, pois não terá havido negligência ou omissão a ser-lhe imputada. Não se formou entre as partes nenhum contrato.”

Voto vencido: “Considerou que, em tese, o veículo guardado na garagem do *Shopping Center* Rio Sul encontra-se sob custódia do

mesmo, como, de resto, acontece com todos os supermercados, nos quais existe policiamento em áreas cobertas, irrelevante a entrega das chaves ou o pagamento do estacionamento.

“Reforça essa tese o fato de a gratuidade ser meramente aparente, pois é de interesse para o *shopping center* o aumento de clientela, através de pessoas cujos carros se guardam nas garagens neles situadas.

“A responsabilidade decorre de má escolha dos guardas que policiam a garagem (culpa *in eligendo*) ou da falta de vigilância da área. Aliás, é psicológico o fato de uma pessoa, deixando de estacionar o seu veículo na rua, levá-lo para o interior da garagem do *shopping center*, onde o interessado, além de efetuar as suas compras, sente-se seguro, na certeza de que o policiamento lá existente lhe garantirá a segurança do carro.”

6.2 TJRJ-1ª CCível, ap. cível 2.934/88, j. 30.3.89, rel. Emílio Carmo (*Shopping centers – Questões Jurídicas*, pp. 422-425). Apte. Rogério F. Rodrigues, Apdo. Ibeas Sul Academia Ltda.

“*Responsabilidade civil – Furto de veículo – Vaga de garagem em shopping center – Academia de ginástica – Ilegitimidade ‘ad causam’ passiva – Carência de ação – Ação ordinária de indenização por suposta guarda de veículos – Não caracterizada a responsabilidade pela guarda, num estacionamento público e gratuito, embora dentro de um shopping – Em caso de furto do veículo, não há obrigação de indenizar por parte de um dos lojistas, a cujo estabelecimento se dirigiu o dono do veículo, ‘in casu’, uma academia de ginástica, que é parte ilegítima ‘ad causam’ para integrar o pólo passivo da relação processual, ainda quando tenha anunciado a comodidade do estacionamento gratuito – Responsabilidade que deveria ser repartida entre todos os condôminos, com o acionamento do condomínio do shopping se a guarda fosse uma contraprestação de serviços ou se ficasse caracterizada como serviço do shopping – Nenhum contrato firmado entre este e o dono do veículo, com interveniência da academia de ginástica –*

Apelo do dono do veículo desprovido julgando-se-o, como autor, carecedor de ação contra a apelada, extinto o processo sem julgamento do mérito – Decisão unânime. Num estacionamento gratuito, sem contraprestação de serviço em troca de pagamento, coloço mesmo em dúvida a possibilidade de ‘rateio de responsabilidade’ pelos demais lojistas, que, talvez, não poderiam responder solidariamente por uma indenização a que não deram causa. A meu juízo, oferecer uma ‘área comum’ não seria suficiente para importar em assumir os riscos do furto. A área assim disposta seria um simples abrigo, uma comodidade, e nem sempre importa em garantia para o proprietário do veículo, que não está pagando para tê-lo sob guarda.”

7. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (TJRGS)

7.1 TJRGS-3ª CCível, ap. cível 592000145-3, j. 26.2.92, rel. Décio Antônio Erpen (*Contratos no CDC*, p. 184; *Revista de Jurisprudência TJRGS* 156/383-390)

“*Responsabilidade civil – Furto de automóvel em estacionamento gratuito, proporcionado pelo estabelecimento comercial a seus fregueses – Ausência de culpa – Inexistência de contrato – Fato sem comprovação convincente – Improcedência da ação.* A respeito, já haviam se proferido dois acórdãos, nas apelações cíveis 30.079, de Niterói, e 30.305, de Nova Iguaçu, estabelecendo o seguinte: ‘Furto de automóvel em estacio-

namento proporcionado por estabelecimento comercial a seus fregueses. Inexistência de culpa do estabelecimento e improcedência da ação de indenização’.”

SENTENÇA (EMENTA)

Proc. 1.959/96, 5ª Vara Cível de Osasco-SP, j. 26.5.97, Juiz Manoel Barbosa de Oliveira (RDC 23-24/412-424)

“*Ação civil pública – Impugnação do valor da causa – Acidente no Osasco Plaza Shopping – Reparação de danos morais e/ou patrimoniais sofridos pelas vítimas – Desconsideração da personalidade jurídica – Reconhecimento da legitimidade passiva dos co-réus, pessoas físicas.*”

II – Abreviaturas utilizadas

- AgRg – Agravo Regimental
- BAASP – Boletim da Associação dos Advogados de São Paulo
- DJU – Diário de Justiça da União
- ElInfs – Embargos Infringentes
- RE – Recurso Extraordinário
- REsp – Recurso Especial
- RJTJ – Revista de Jurisprudência do Tribunal de Justiça (do Estado)
- RSTJ – Revista do Superior Tribunal de Justiça
- RT – Revista dos Tribunais
- RTJ – Revista Trimestral de Jurisprudência (STF)