

# RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SHOPPING CENTERS POR DANOS CAUSADOS EM SEUS ESTACIONAMENTOS: UM BRADO CONTRA A INDEVIDA INFORMAÇÃO À LUZ DOS EFEITOS ANEXOS DA BOA-FÉ OBJETIVA

\*Cristiano Chaves de Farias: Promotor de Justiça do Ministério Público do Estado da Bahia. Professor de Direito Civil da Faculdade Baiana de Direito (graduação e pós graduação) e do Curso JusPODIVM – Centro Preparatório para as carreiras jurídica. Coordenador do Curso de Pós-graduação em Direito Civil do Curso JusPODIVM. Mestre em Ciências da Família na UCSal. – Universidade Católica do Salvador. Membro do IBDFAM – Instituto Brasileiro de Direito de Família

**Sumário:** 1. Colocações preliminares; 2. A responsabilidade civil da empresa por manutenção de estacionamento: consequência do princípio da confiança (boa-fé objetiva); 3. O caráter abusivo da cláusula (de não indenizar) liberatória da responsabilidade do fornecedor por dano ocorrido em veículos estacionados em seu pátio e a sua nulidade de pleno direito; 4. Do dever de informação correta e precisa (aplicação da boa-fé objetiva como âncora das relações de consumo); 5. Notas conclusivas. Referências.

*“A tendência social revela aos titulares dos direitos subjetivos sensível horizonte diverso. Trata-se do exercício da solidariedade social, e esta – como bem disse o Professor Orlando de Carvalho – ‘não se capta com esquemas jurídicos: constrói-se na vida social e econômica’”*

(Luiz Edson Fachin, *Teoria Crítica do Direito Civil*)

## 1. Colocações preliminares

É certo que os *shopping centers* (e muitos outros estabelecimentos comerciais, como restaurantes, supermercados, bancos...) mantêm, em áreas de sua propriedade, amplos e confortáveis estacionamentos para veículos automotores, destinado aos seus clientes, com a nítida intenção de atrair o público consumidor.

Ocorre que as empresas costumam, não raro, a espalhar pelos seus estacionamentos placas (ou distribuem tíquetes) contendo mensagens informando aos usuários estar eximida de toda e qualquer responsabilidade por eventuais danos causados aos veículos ou aos objetos nele encontrados, decorrente, exemplificativamente, de roubo, furto, incêndio, danos materiais, colisões, etc, em nítida violação aos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor.

Encontra-se comumente: "*não nos responsabilizamos por acessórios de veículos/objetos deixados no interior do mesmo*" ou "*não nos responsabilizamos por danos causados por terceiros*".

As referidas informações, sem dúvida, estão completamente dissociadas do ordenamento jurídico brasileiro, induzindo, absurdamente, o consumidor em erro e afrontando o direito à correta informação, sendo mister compreender a questão sistematicamente.

## **2. A responsabilidade civil da empresa por manutenção de estacionamento: consequência do princípio da confiança (boa-fé objetiva)**

O *shopping center* na sociedade contemporânea (pós-moderna) é uma realidade comercial complexa e abrangente. Consiste em um sistema concentrado de oferta de produtos e serviços, aproveitando espaços convidativos e agradáveis. Enfim, é uma estrutura empresarial multifacetada, plural, tendente à captação facilitada de consumidores, com maior viabilidade econômica<sup>1</sup>.

Segundo o próprio *ICSC - International Council of Shopping Centers*, trata-se de um verdadeiro grupo de estabelecimentos comerciais, unificados arquitetonicamente, administrado em uma unidade operacional e oferecendo um *estacionamento (deck-parking)* compatível com o número de lojas existentes no projeto<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Significativas as palavras de MARIA HELENA DINIZ: "o *shopping center* envolve um complexo organizacional relativo a sua localização, a sua viabilidade econômica, à captação de recursos, à adesão ao *tenant mix* por parte dos lojistas, que se subordinarão a um contrato normativo, que traça normas para seu bom funcionamento e sucesso comercial", cf. *Tratado teórico e prático dos contratos*, São Paulo: Saraiva, 4ªed., 2002, 3ºvol., p.39.

<sup>2</sup> *Apud* DINIZ, MARIA HELENA, cf. *Tratado teórico e prático dos contratos*, São Paulo: Saraiva, 4ªed., 2002, 3ºvol., p.39.

Entrevê-se, assim, a toda evidência, que o oferecimento de agilidade e segurança em vagas de estacionamento, com conseqüente facilidade para localização do produto ou serviço que se pretende, é um dos grandes atrativos desse estabelecimento tão comum na sociedade atual. Sem dúvida, transmite-se ao consumidor um convite aberto e massificado (por campanhas publicitárias intensas e praticamente ininterruptas em *out-door*, televisão, rádio, jornais...) para que se sinta mais seguro e confortável realizando suas compras em *shopping center*, onde ele poderá, dentre outras coisas, *estacionar com maior tranqüilidade e segurança contra assaltos, furtos ou mesmo aborrecimentos*. Vende-se facilidade e segurança!!!

Ora, nessa ambientação (considerando, especialmente, que uma das vantagens oferecidas pelo *shopping center* ao consumidor é, exatamente, a facilidade de estacionamento, economizando tempo) é certa e incontroversa a responsabilidade civil do *shopping center* por danos causados a automóveis estacionados em seu pátio, decorrendo, logicamente, da inescindível confiança depositada pelo consumidor (boa-fé objetiva, como é modernamente conhecida essa confiança)<sup>3</sup>, como corolário das vantagens (direta e indireta) auferidas com o estacionamento.

Com RUI STOCO: "é cediço que uma das maiores atrações que os *shoppings* e supermercados oferecem é *justamente a facilidade e comodidade para estacionar*. Buscam assim atrair clientes por esse meio".<sup>4</sup>

Advirta-se: a questão independe da configuração, ou não, de contrato de depósito. É que o estacionamento no *shopping center* (assim como em supermercados, lojas de departamentos e outras) - repita-se à exaustão - existe como parte essencial (parte integrante na linguagem do art. 93 do Código Civil<sup>5</sup>) do negócio praticado.

---

<sup>3</sup> Já se reconheceu em qualificada jurisprudência: "I - Ao oferecer estacionamento gratuito, inclusive com ostensivo anúncio de tal, o supermercado assume um dever junto ao cliente (é o dever de segurança decorrente da boa-fé objetiva). II - 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." (STJ, Ac.3ªT., REsp.37.095-7, rel. Min. Cláudio Santos, j.7.6.93, DJU 8.8.94, p.19.565)

<sup>4</sup> Cf. *Tratado de Responsabilidade Civil*, São Paulo: RT, 5ªed., 2001, p.562, concluindo com clareza: "não se pode afastar a responsabilidade dos *shopping centers* e supermercados por furto de veículos ocorridos nas dependências de seus estacionamentos".

<sup>5</sup> As partes integrantes são bens que se unem ao principal, formando um todo indissolúvel, uma massa única, perdendo a sua existência própria, embora mantenha a sua utilidade em relação ao todo. É exatamente o exemplo do estacionamento em *shopping centers* e supermercados. Assim, CRISTIANO CHAVES DE FARIAS, cf. *Direito Civil: Teoria Geral*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2ªed., 2005, p.358. Também acerca do tema, vide ORLANDO GOMES, cf. *Introdução ao Direito Civil*, Rio de Janeiro: Forense, 11ªed., 1995, p.219.

Com efeito, não dá para imaginar um *shopping center* (assim como um supermercado, um banco, uma grande loja de departamentos etc) sem estacionamento. *É-lhe inato, essencial à sua própria existência e estrutura* (assim como não se pode pensar em Romeu sem Julieta ou em carnaval na Bahia sem trio elétrico...).

E não apenas os *shopping centers*, mas, por igual, *restaurantes, supermercados, bancos*, dentre outros, aos quais, coerentemente, aplicam-se, *in totum*, as conclusões aqui alvitradas.

Assim sendo, o dever de guarda decorre independente do depósito clássico no caso. É corolário natural da *boa-fé objetiva*<sup>6</sup>, do dever de garantia, decorrente da concepção ética que se exige dos contratantes no Direito Privado contemporâneo: o estacionamento é oferecido de forma convidativa para o cliente, impondo-se-lhe, via de consequência, a responsabilidade pela integridade dos veículos estacionados<sup>7</sup>.

Em acórdão exemplar, com voto condutor do eminente Ruy Rosado de Aguiar Jr., o Superior Tribunal de Justiça já reconheceu a incidência da *boa-fé objetiva* na compreensão da responsabilidade civil dos estabelecimentos comerciais por danos aos veículos estacionados em suas garagens. Esclarece que a partir da nova perspectiva dos contratos, difundida pela cláusula geral de *boa-fé objetiva* e pela função social do contrato, justifica-se "o liame que reúne o *shopping center*, ao fornecer local de estacionamento para o conforto de seus clientes e maior vantagem ao seu comércio, e o usuário desses serviços, vinculados pela simples existência da 'conduta socialmente típica', incumbindo ao estabelecimento fornecedor do serviço e do local de estacionamento o dever, derivado da *boa-fé*, de proteger a pessoa e os bens do usuário. Não há cuidar de contrato de depósito, simplesmente porque não existe contrato de

<sup>6</sup> Sobre o princípio da *boa-fé objetiva* nas relações de consumo, vide CÉLIA BARBOSA ABREU SLAWINSKI, advogando uma ampla compreensão de seus limites, como dever secundário independente, com o fito de se obter uma sociedade efetivamente livre, justa e solidária – fundamentos da República Federativa do Brasil, cf. *Contornos dogmáticos e eficácia da boa-fé objetiva*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2002, pp.151, 200 e 202. Também se remeta a PLÍNIO LACERDA MARTINS, cf. *O abuso nas relações de consumo e o princípio da boa-fé*, Rio de Janeiro: Forense, 2002, especialmente p.133 e ss.

<sup>7</sup> Colhe-se da orientação jurisprudencial fluminense: "o supermercado que constrói estacionamento privativo e dele se utiliza com a forma de atrair clientela para aumentar seu faturamento, assume com o cliente uma obrigação de permitir que ele estacione ali o seu automóvel e vá, despreocupadamente, efetuar compras no supermercado. É irrelevante o fato de ser gratuito o estacionamento, porque o pagamento se faz por via indireta, através da compra de mercadorias." (TJ/RJ, Ac.7ªCâm.Cív., ApCív.40.300, rel. Des. Décio Cretton)

*depósito. Há apenas o descumprimento do dever de proteção, que deriva da boa-fé, dever secundário independente.*" (STJ, Ac.4<sup>a</sup>T., REsp.107.211/SP, rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar).

Com o mesmo raciocínio, CARLOS ROBERTO GONÇALVES afirma, peremptoriamente, a responsabilidade dos estabelecimentos (*shopping centers*, supermercados etc) por oferecer "o estacionamento como meio de atrair a clientela, cabendo-lhes o dever de assegurar a garantia acenada".<sup>8</sup>

Independentemente da existência de contrapartida pelo consumidor (taxa), são de clareza meridiana as vantagens diretas e indiretas auferidas pelo fornecedor, mantendo um estacionamento para os veículos de seus clientes. É que a segurança emprestada ao patrimônio do consumidor constitui, sem sombra de dúvidas, um atrativo para a sua clientela, evidenciando os benefícios obtidos pelo fornecedor. Bem percebeu o Tribunal de Justiça de São Paulo: "o *shopping center* é civilmente responsável por 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"(TJ/SP, Ac.4<sup>a</sup>Câm.Cív., rel. Des. Cunha de Abreu, j.25.7.91, in RT 677:117).

Dessa maneira, é fácil asseverar o dever de reparar os danos causados aos consumidores pelo fornecedor que mantém estacionamento (ainda que gratuito) para os seus clientes.

E mais: essa responsabilidade das empresas por danos causados aos veículos que se utilizam de seus estacionamentos não decorre do contrato de depósito, mas da cláusula geral de boa-fé objetiva, da perspectiva ética do contrato, que impõe como dever anexo (implícito), secundário, de qualquer relação contratual, a obrigação de lealdade e segurança. Assim, têm os estabelecimentos comerciais o dever de assegurar a pessoa e o patrimônio de seus usuário, como aplicação concreta do *princípio da confiança*.

A jurisprudência baiana traz interessante precedente, cuidando exatamente da hipótese posta nos autos, em que se reconhece a responsabilidade do *shopping center* por roubo de automóvel em sua dependência:

---

<sup>8</sup> Cf. *Responsabilidade Civil*, São Paulo: Saraiva, 7<sup>a</sup>ed., 2003, p.437.

“É irrelevante o fato de a área do estacionamento pertencer, em quase sua totalidade, à Nacional Iguatemi Empreendimentos S/A, firma que não explora qualquer tipo de loja ou comércio no local. Forte é a corrente jurisprudencial que entende ocorrer remuneração indireta do estacionamento em razão das compras efetuadas por clientes, circunstância que faz nascer uma obrigação do comerciante em preservar o bem do seu freguês, até que o mesmo seja reclamado.” (2ª Turma Julgadora dos Juizados Especiais de Pequenas Causas - Especiais Cível - Salvador - JPC-02-TAM, Rec.00650/93 - Capital, rel. Juiz Emílio Salomão Pinto Resedá, j.25.10.93, *in Ciência Jurídica* 57:311)<sup>9</sup>

É o que assegura, também, o Superior Tribunal de Justiça, em diversas passagens, como as que se traz à liça ilustrativamente:

“Estacionamento mantido por shopping center. Furto de veículo. Indenização. 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 conseqüência, pelos prejuízos causados ao depositante (RESP 4.582). Serviço prestado no próprio incremento do comércio”, daí ‘o dever de guarda e vigilância’.” (STJ, Ac.3ªT., REsp 5886/SP, rel. Min. Nilson Naves, j.19.2.91, DJU 8.4.91, p.3883)

---

<sup>9</sup> De idêntica forma a Corte bandeirante: “Furto de veículo em estacionamento de ‘shopping center’. Empresa mantenedora do estacionamento que tem o dever jurídico de vigilância e guarda dos veículos ali conservados, pouco importando que o pátio seja franqueado ao acesso de veículos, sem controle de entrada ou saída, sendo indiferente a existência de avisos indicativos da disposição de não assumir a responsabilidade por furtos ocorridos no período de estacionamento. Indenização devida.” (TJ/SP, *in RJTJSP* 113:403) e “Indenização. Responsabilidade civil. Veículo. Furto em estacionamento do MAKRO. Alegada ilegitimidade de parte e inexistência de responsabilidade contratual, em face da ausência de vínculo. Inadmissibilidade. Hipótese em que a oferta do estacionamento já implica a responsabilidade do estabelecimento, independentemente de vigilância específica.” (TJ/SP, Ac.1ªCâm.Cív., ApCív.147.766-1, rel. Des. Renan Lotufo, j.13.8.91, *Ementário de Jurisprudência* jan./fev./92, p.32)

"Responsabilidade. Furto em estacionamento de hotel. Súmula 130. Agravo desprovido. Nos termos do enunciado n.130 da súmula desta corte, 'a empresa responde, perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículo ocorridos em seu estacionamento.'" (STJ, Ac.unân.4ªT., AgAl88.569/SP, rel. Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira, j.6.5.99)<sup>10</sup>

Nas pegadas dessa correta compreensão, o Superior Tribunal de Justiça cimentou entendimento na Súmula 150, vazada em precisos termos:

Súmula 150, STJ:

"A empresa responde, perante o cliente, pela reparação do dano ou furto de veículo ocorridos em seu estacionamento."

Explica, corretamente, JORGE ALBERTO QUADROS DE CARVALHO SILVA que esse entendimento "vale tanto para os estacionamentos de um estabelecimento comercial, destinados, por exemplo, aos clientes de um restaurante ou de determinada loja, como também para as garagens dos *shopping center's*, embora gratuitas". Por evidente, vale também para as empresas que disponibilizam manobristas na entrada de estabelecimentos, como bares, restaurantes, casas de espetáculos, etc, recebendo os automóveis, mediante recibo<sup>11</sup>.

É exatamente por isso que a Lei municipal de São Paulo nº10.917/91, regulamentada pelo Decreto nº30.102/91, exige seguro dos estabelecimentos de grande porte, como *shopping centers* e supermercados, contra furto ou roubo de veículos que se utilizam dos seus estacionamentos, explicitando, como pano de fundo, a inescandível responsabilidade dos mesmos por danos causados aos seus clientes.

---

<sup>10</sup> Com o mesmo entendimento, vide: "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." (STJ, Ac.4ªT., rel. Min. Barros Monteiro, DJU 7.12.92) e "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." (STJ, Ac.3ªT., rel. Min. Cláudio Santos, j.28.6.91, *in RT* 678:214).

<sup>11</sup> Cf. *Cláusulas abusivas no Código de Defesa do Consumidor*, São Paulo: Saraiva, 2003, p.157. E acresce: "são cláusulas excessivas, porque é da própria natureza do negócio a guarda e proteção dos bens do consumidor".

Nessa linha de idéias, trilhando o caminho descortinado pelo entendimento jurisprudencial, resta reconhecer, indubitavelmente, a responsabilidade civil das empresas por eventuais prejuízos sofridos por automóveis estacionados em seus estacionamentos, independentemente da existência de contraprestação pelo uso da vaga para o veículo.

### **3. O caráter abusivo da cláusula (de não indenizar) liberatória da responsabilidade do fornecedor por dano ocorrido em veículos estacionados em seu pátio e a sua nulidade de pleno direito**

As cláusulas de não indenizar espalhadas pelos estacionamentos de diversas empresas têm a intenção de falsear a verdade (escondendo sua responsabilidade civil) e desencorajar o consumidor a reclamar seus direitos básicos e fundamentais, especialmente o direito à ampla e integral reparação dos danos eventualmente sofridos.

O que se vê é o fornecedor aproveitando-se do crescente fenômeno de massificação da sociedade contemporânea que, desde o século XX, se organizou a partir do fenômeno mundial das relações de consumo (*mass consumption society* ou *Konsumgesellschaft*), tomada pelo crescente aumento de oferta de produtos e serviços, pelo império e crescimento do *marketing* e pela propagação do crédito como elemento propulsor do desenvolvimento econômico, para encartar cláusula nitidamente abusiva no contrato, tentando se exonerar de sua responsabilidade.

Frise-se à exaustão: *a empresa fornecedora aproveita-se de sua posição privilegiada no contrato em detrimento do consumidor, atuando psicologicamente sobre a população em geral, transmitindo a idéia de que não se responsabilizará por danos causados em seus veículos na área de estacionamento. Enfim, viola o sistema de defesa do consumidor, aproveitando-se, literalmente, do "benefício da dúvida" colocada na mente da parte vulnerável.*

É nesse panorama que surge a necessidade de equilibrar essas relações contratuais, marcadas por um desnível natural, imposto pelas diferentes posições e interesses das partes envolvidas no fenômeno *consumerista*: de um lado o poderio econômico e a idéia do lucro, de outra banda, a necessidade de consumir para o atendimento de praticamente todas as atividades humanas.

Ora, a referida cláusula exonerativa de responsabilidade civil do fornecedor por vícios na qualidade de seus serviços é, indubitavelmente, abusiva, sendo, por conseguinte, nula de pleno direito, como reza o comando 51, notadamente em seu inciso I, do Código de Defesa do Consumidor. Veja-se:

Art. 51, CDC:

"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 e serviços ou 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."

Vale lembrar que este dispositivo tem de ser analisado conjuntamente com o art. 25, que se encontra redigido em termos precisos:

Art. 25, CDC:

"É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar nesta e nas seções anteriores."

Assim, na esteira das garantias preconizadas pelo Código de Defesa do Consumidor, não mais são toleradas, admitidas, cláusulas que "exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor", sendo nulas de pleno direito, não produzindo quaisquer efeitos jurídicos (como se extrai da sistemática do CDC, art. 51, em conjunção com o Código Civil, art. 168).

É que o sistema de proteção do consumidor mitiga o ambiente dedicado, historicamente (especialmente a partir do *Code de France*, o Código Civil francês, de 1804), à *autonomia da vontade* (hodiernamente redenominada *autonomia privada*<sup>12</sup>),

---

<sup>12</sup> Sobre o conteúdo da *autonomia privada*, seja consentido remeter ao esclarecedor texto de FABÍOLA SANTOS ALBUQUERQUE, "Liberdade de contratar e livre iniciativa", In *Revista Trimestral de Direito Civil – RTDC*, Rio de Janeiro: Padma, vol.15, jul./ set. de 2003, p.76-7, bem assim como a CRISTIANO CHAVES DE FARIAS E NELSON ROSENVALD, *Direito Civil: Teoria Geral*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 6ªed., 2008, p.433.

considerando a hipossuficiência e vulnerabilidade de uma das partes da relação contratual. Protege-se, pois, o consumidor para (re)equilibrar o contrato, garantindo as lúdicas expectativas que foram depositadas.

Significativas são as palavras do preclaro Professor baiano PEDRO LINO DE CARVALHO JR., percebendo a necessidade de maior equilíbrio contratual na relação de consumo: "ao proteger os interesses econômicos (o CDC) assegura uma contratação minimamente calcada na boa-fé e na equidade, a fim de reduzir o elevado número de práticas abusivas passíveis de serem adotadas".<sup>13</sup>

Vale invocar, nesse ponto, *decisum* da Casa de Justiça da Bahia, corroborando das idéias aqui defendidas: "... impõe-se o racionalíssimo equilíbrio da relação contratual, assegurando-se do celebrado contrato, ao máximo possível, condição de exequibilidade plena e constante. Constitui direito básico do consumidor a modificação de cláusulas contratuais, quando são excessivamente onerosas."<sup>14</sup>

A proibição de cláusula exonerativa está domiciliada nesse ambiente. Superado o individualismo oitocentista que impregnou as relações contratuais por longo período, são estabelecidos *limites à liberdade de contratar*, considerando, exatamente, a inexistência de plena liberdade na contratação. Mitiga-se a (falsa) liberdade de contratar, estabelecendo limitações ao poder de assumir obrigações, impedindo que a parte mais forte venha a se valer de sua suficiência econômica e da necessidade que uma das partes tem de obter produtos e serviços para impor sacrifícios desvairados ou vantagens exorbitantes.

O *pacta sunt servanda* vai ruir, abrindo a possibilidade de maior controle das relações contratuais a partir do *dirigismo contratual*.

É a busca da equidade contratual, do justo equilíbrio, vaticinada por ARISTÓTELES de há muito (*in medio virtus*), em sua *Ética a Nicômaco*. O contrato deixa de ser o espaço no qual o mais forte faz circular riquezas para se moldar à nova diretriz constitucional: mais vale o ser do que o ter. Assim, os negócios jurídicos como um todo precisam ser *funcionalizados* a essa busca incansável da dignidade humana.

<sup>13</sup> Cf. *A lesão consumerista no Direito Brasileiro*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005, p.95-6.

<sup>14</sup> TJ/ BA, Ac.unân. 1ªCâm.Cív., ApCív.32.773-5, rel. Des. Eduardo Jorge M. de Magalhães, j.3.12.96, citado por WASHINGTON ARAÚJO CARIGÉ, cf. *Dicionário de Direito do Consumidor*, São Paulo: Saraiva, 1999, p.80.

Em outras palavras: percebendo que, no mundo moderno (de uma sociedade aberta, plural, multifacetada e globalizada), não se contrata por “querer”, mas por “precisar”, relativizando a autonomia da vontade, são estabelecidas limitações objetivas aos contratos, protegendo a parte mais fraca que, concretamente, não tem como escapar da vontade de seu contratante<sup>15</sup>.

Exatamente por isso, a cláusula de não exonerar inserida no contrato de consumo travado entre o *shopping center* e estabelecimentos congêneres e os seus clientes, estipulando não serem indenizáveis os danos sofridos por seus veículos estacionados nas dependências do estabelecimento empresarial, é absolutamente nula e atentatória às garantias do consumidor. Tratando exatamente do caso, ZELMO DENARI já percebia: “as empresas de guarda e estacionamento de veículos costumam advertir seus usuários que não se responsabilizam pelos valores ou objetos pessoais deixados no interior dos respectivos veículos... *Todas essas cláusulas exonerativas consideram-se não escritas e devem ser desconsideradas pelos respectivos usuários da prestação de serviços*”.<sup>16-17</sup>

Sem dúvida, é abusiva a cláusula que liberta o fornecedor de reparar danos causados aos veículos (de seus consumidores) estacionados em suas dependências, considerando, especialmente, que esse estacionamento propicia benefícios, vantagens, ao estabelecimento<sup>18</sup>.

Nesse sentido, é apropriada a lição de CARLOS ROBERTO GONÇALVES, esclarecendo com precisão cirúrgica exatamente a hipótese

---

<sup>15</sup> Em perfeita síntese, com habitual percuciência, CLÁUDIA LIMA MARQUES expõe que superando a concepção individualista e patrimonialista do contrato, o Código de Defesa do Consumidor veio a afirmar a “existência de valores jurídicos superiores ao dogma da vontade, tais como a equidade contratual e a boa-fé objetiva, os quais permitem ao Poder Judiciário um novo e *efetivo controle do conteúdo* dos contratos de consumo”, cf. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, São Paulo: RT, 4ªed., 2002, p.766.

<sup>16</sup> Cf. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 6ªed., 1999, p.194.

<sup>17</sup> Na mesma esteira, NELSON NERY JÚNIOR arremata: “é muito comum observarmos essas cláusulas de exclusão da responsabilidade civil em avisos existentes em estacionamentos de automóveis, por exemplo, que a partir da entrada do CDC, não mais poderão ter eficácia”, cf. “Aspectos da responsabilidade civil do fornecedor no Código de Defesa do Consumidor”, In *Revista do Advogado* 33:78-9.

<sup>18</sup> Já deliberou a Corte de Justiça fluminense ser abusiva a cláusula exonerativa aposta em contrato de consumo, unilateralmente: “Incorporação. Entrega da obra. Retardo. Exoneração. Cláusula abusiva. O incorporador não pode eximir-se do dever de entregar a obra no prazo contratado, sob o fundamento de retardo no ‘habite-se’.” (TJ/RJ, Ac.17ªCâm.Cív., ApCív.2001.001.05658, rel. Des. Bernardo Moreira Garcez Neto, j.30.5.2001). Em outra oportunidade, entendeu o mesmo Sodalício que “a cláusula que exonera o fornecedor do cartão de qualquer responsabilidade em caso de roubo ou extravio até o momento da comunicação é de ser considerada nula, por seu conteúdo abusivo, já que o coloca em excessiva vantagem perante o consumidor” (TJ/RJ, ApCív.1999.001.3955, rel. Des. Nilson de Castro Dião, j.27.4.99).

tratada nos autos asseverando que o *Código de Defesa do Consumidor* "não admite a estipulação" de cláusula de não indenizar. Concluindo, corretamente, que no sistema de proteção ao consumidor, a indenização deriva do fato ou vício do produto ou do serviço, não podendo ser excluída contratualmente.<sup>19</sup>

No mesmo diapasão, o preclaro ALBERTO DO AMARAL JÚNIOR, em candentes palavras, elucida a questão *sub oculis*:

"Pode o fornecedor livrar-se contratualmente da responsabilidade por defeito e vício dos produtos e serviços que a lei lhe impõe? A resposta é, como não poderia deixar de ser, evidentemente negativa. A previsão do art. 25 a este respeito não suscita qualquer dúvida. De forma análoga ao que ocorre em relação à Seção I, é terminantemente vedada a exoneração total ou parcial da responsabilidade nessa matéria. Como se não bastasse, as normas do Código de Defesa do Consumidor têm caráter de ordem pública, não podendo ser modificadas por convenção entre as partes".<sup>20</sup>

E mais NELSON NERY JÚNIOR, ponderando que no regime do CDC "toda e qualquer cláusula que contenha óbice ao dever legal de o fornecedor indenizar é considerada abusiva e, portanto, nula de pleno direito, sendo ilegítima sua inclusão no contrato de consumo".<sup>21</sup>

Aliás, não é despiciendo esclarecer que a opção do legislador consumerista por cominar de nulidade as cláusulas abusivas (permitindo que o juiz possa - *rectius*, deva - conhecê-las *ex officio*<sup>22</sup>) evidencia, com clareza solar, a sua intransigente batalha contra disposições contratuais que venham a ferir a ordem pública, sujeitando uma das partes ao

<sup>19</sup> Cf. *Responsabilidade Civil*, São Paulo: Saraiva, 7ªed., 2003, p.745.

<sup>20</sup> Cf. *Revista Ajuris*, Porto Alegre: Ajuris, Edição especial, março/98, p.443.

<sup>21</sup> Cf. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 6ªed., 1999, p.496. Conclusivamente, dispara o eminente mestre: "os danos oriundos dos acidentes de consumo ou fato do produto são sempre indenizáveis, proibida a estipulação contratual que impossibilite, exonere ou atenuie a obrigação legal... Estão vedadas, portanto, as cláusulas de exoneração da responsabilidade do fornecedor por danos derivados da mora ou cumprimento defeituoso da prestação."

<sup>22</sup> Há um verdadeiro "controle difuso da abusividade contratual", conforme reconheceu a jurisprudência gaúcha, TJ/RS, ApCív.70000864249, rel. Des. Aymoré Roque Pontes de Mello, j.18.5.2000.

arbítrio exclusivo da outra: o fornecedor, unilateralmente, se exime da responsabilidade, em detrimento da proteção do mais fraco, explicitando a abusividade da cláusula.

Deste modo, dessume-se, com segurança, a abusividade da cláusula de exoneração da responsabilidade civil do *shopping center* por prejuízos causados aos veículos de seus clientes (na forma do CDC 51, I), sendo, via de consequência, nula de pleno direito e reclamando a pronta intervenção do Poder Judiciário<sup>23</sup>, para que determine a sua imediata retirada por ofender a sistemática de direitos do consumidor, originados da própria Carta Magna, como garantia do exercício da cidadania.

Não é demais observar que a repressão às cláusulas abusivas, em contratos de consumo, tem esteio no repúdio ao desequilíbrio contratual decorrente do princípio da igualdade substancial, isonomia, assegurado em sede constitucional (arts. 3º e 5º, CF)<sup>24</sup>.

Aliás, essa conclusão já foi reconhecida em sede jurisprudencial, como faz certo o aresto invocado oportunamente pela similitude com o caso em apreço:

“A existência de disposições negociais abusivas contrárias às normas do Código de Defesa do Consumidor e ao princípio da boa-fé objetiva demonstra a atuação do credor contrário ao direito, a produzir a invalidade jurídica das obrigações excessivas e a ineficácia das parcelas acessórias, das quais decorrem sua inexigibilidade e inimputabilidade ao devedor.” (TJ/RS, Ac.14ªCâm.Cív., AgInstr.7000.2602415, rel. Des. João Armando Bezerra Campos, j.21.6.2001)

Registre-se, por derradeiro, que a Diretiva 93/13/ CEE , emanada da Comunidade Econômica Européia, em seu art. 3º, é

---

<sup>23</sup> Considerando a nulidade absoluta das cláusulas abusivas em contrato de consumo, já se reconheceu que “tal nulidade pode ser decretada de ofício, por ser absoluta, mesmo sem provocação da parte a quem a decretação beneficiaria. Sem ofensa do princípio dispositivo.” (TA/RS, Ac.1ªCâmCív., ApCív.195.114.731, rel. Juiz Ari Wachholz, j.12.3.96)

<sup>24</sup> Com o mesmo raciocínio, CLÁUDIO BONATTO desfecha corretamente: “a proteção do consumidor contra cláusulas abusivas tem como escopo estabelecer o equilíbrio nas contratações, a fim de oportunizar que o contrato cumpra sua função social de fazer circular a riqueza, sem se configurar um prejuízo individualizado no consumidor vulnerável e, conseqüentemente, um lucro indevido ao fornecedor”, cf. *Cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo*, Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001, p.43.

alvejante ao confirmar a abusividade de cláusulas desse jaez: "uma cláusula contratual que não tenha sido objeto de negociação individual é considerada abusiva quando, a despeito da exigência de boa-fé, der origem a um desequilíbrio significativo em detrimento do consumidor, entre os direitos e obrigações das partes decorrentes do contrato".

#### **4. Do dever de informação correta e precisa (aplicação da boa-fé objetiva como âncora das relações de consumo)**

Dispõe, *in litteris*, o art. 31 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 31, CDC:

"A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores."

Ora, considerando que a cláusula exonerativa de responsabilidade civil do fornecedor que mantém estacionamento tem um nítido efeito intimidativo, conclui-se facilmente que dificulta, embaraça, a correta informação devida aos consumidores e, em linha de consequência lógica, serve como um óbice para que venham a reclamar corretamente seus direitos.

Trata-se, pois, de flagrante violação do *dever de informação* (que significa, mais precisamente, *dever de corretamente informar o consumidor de seus direitos e deveres*), que decorre, por lógica, da *cláusula geral de boa-fé objetiva*, abraçada pelo Código de Defesa do Consumidor (arts. 4º e 6º) e agora, também, pelo Código Civil (arts. 113 e 422). É que, a partir da necessária perspectiva civil-constitucional - até porque não há outro modo de entender o direito privado da pós-modernidade -, impende vislumbrar uma regra fundamental de interpretação de toda e qualquer atividade negocial: a boa-fé objetiva.

Com a lição de CARLOS ALBERTO BITTAR, o regime do direito do consumidor à informação reside na "transparência,

encontrando como seus postulados primeiros a *lealdade e a veracidade* e que devem envolver, tanto as mensagens publicitárias, como as embalagens..., enfim todos os elementos de aproximação entre fornecedor e consumidor”.<sup>25</sup>

A boa-fé objetiva é a necessária concepção ética de todo e qualquer contrato, exigindo uma nova mentalidade dos contratantes e distribuindo deveres que decorrem logicamente da simples estruturação humanitária da relação jurídica, respeitando a dignidade da pessoa humana, protegida constitucionalmente.

Noutra sede, já se teve oportunidade de afirmar que “considerando o deslocamento do eixo das relações privadas para a busca da *tutela da pessoa humana*, afirmando-se premente preocupação com o princípio da confiança (boa-fé objetiva e função social do contrato), urge revisitar o instituto (do negócio jurídico), dando-lhe novo colorido. Com isso, afirma-se uma *necessária limitação da liberdade de determinação do conteúdo negocial* (no mais das vezes estabelecidas unilateralmente pelas grandes empresas e grupos econômicos), com maior intervenção estatal, através de normas de ordem pública, para assegurar a *primazia da cidadania*.”<sup>26</sup>

Nessa medida, a boa-fé objetiva é a busca do equilíbrio contratual!

De fato, o dever de interpretar todo e qualquer negócio conforme a boa-fé objetiva encontra-se, sem dúvida, informado pelos princípios constitucionais fundamentais para a atividade privada - a dignidade da pessoa humana (art. 1º, III), o valor social da livre iniciativa privada (art. 1º, IV), a solidariedade social (art. 3º, I) e a igualdade substancial (arts. 3º, III, e 5º).

Constitui-se, a um só tempo, na *estipulação de deveres anexos, implícitos, nos negócios, impondo probidade, honestidade, ética, honradez e informação*, mesmo não estando previstos expressamente na declaração negocial, além de *limitar o exercício dos direitos subjetivos, evitando o*

---

<sup>25</sup> Cf. *Direitos do Consumidor*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 3ªed., 2001, p.49.

<sup>26</sup> FARIAS, CRISTIANO CHAVES DE; ROSENVALD, NELSON, cf. *Direito Civil: Teoria Geral*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 6ªed., 2008, p.435, valendo acrescentar que, nessa nova perspectiva, “o negócio jurídico transcende o individualismo da vontade para cumprir função de instrumento de concretização da nova tábua axiológica constitucional (arts. 1º, III, 3º e 5º)”.

*abuso de direito e, finalmente, servindo como fonte de interpretação dos negócios jurídicos*<sup>27</sup>.

A partir dessa nova compreensão dos deveres contratuais, o ilícito contratual não se caracteriza, apenas, pelo descumprimento de regras expressamente convencionadas, mas também pela violação de determinados princípios, que se consideram implicitamente inseridos, encartados, no negócio.

Fácil, assim, inferir que a falta de informações corretas para o consumidor viola o preceito ético contratual (dever de lealdade e informação), decorrente da plasticidade da boa-fé objetiva. É que o princípio da informação, da transparência (também dito *full disclosure*), não se restringe, tão somente, a exigir do fornecedor a abstenção de informações falsas, perpassando tais limites para impor que sejam prestadas *todas as informações indispensáveis à relação contratual*, permitindo a decisão de consumir ou não. Invocando o escólio de JORGE ALBERTO QUADROS DE CARVALHO SILVA, a partir do princípio da transparência, “não basta ao empresário abster-se de falsear a verdade; deve transmitir ao consumidor potencial todas as informações”.<sup>28</sup>

E mais. Não se tente enclausurar o princípio da informação somente no sentido de se esclarecer os deveres do consumidor. Intuitivamente, a transparência reclamada é mais ampla, impondo ao fornecedor bem informar as obrigações e, por igual, os direitos do consumidor.

Assim sendo, fácil de presumir a violação da necessária transparência nas relações de consumo caracterizada pelas cláusulas exonerativas de responsabilidade civil fixadas em placas espalhadas pelos estacionamento de estabelecimentos comerciais (*shopping centers*, supermercados, bancos...) informando não serem indenizáveis os danos sofridos pelos consumidores.

---

<sup>27</sup> Confira-se, nesse diapasão, a lição do culto RUY ROSADO DE AGUIAR JÚNIOR, apontando três funções principais para o princípio da boa-fé: a) fornece os critérios para a interpretação do que foi avençado pelas partes, para a definição do que se deve entender por cumprimento pontual das prestações; b) cria deveres secundários ou anexos; c) limita o exercício de direitos, cf. “A boa-fé na relação de consumo”, In *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, vol.14, abr./ jun./ 95, p.25. Também com essa idéia, vislumbrando na boa-fé objetiva uma tríplice função, a Professora gaúcha JUDITH MARTINS-COSTA, indica como a boa-fé objetiva se conduz nos contratos: como norma de interpretação e integração, para determinar o comportamento devido; como limite ao exercício de direitos subjetivos, sistematizando e especificando casos que na ausência de cláusula geral, estariam dispersos entre vários institutos diversos; e como fonte autônoma de direitos, deveres e pretensões às partes contratantes, os quais passam a integrar a relação obrigacional em seu dinâmico processar-se, compondo-a como uma ‘totalidade concreta’, *apud* FARIAS, CRISTIANO CHAVES DE. *Direito Civil: Teoria Geral*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2ªed., 2005, p.440.

<sup>28</sup> Cf. *Cláusulas abusivas no Código de Defesa do Consumidor*, São Paulo: Saraiva, 2003, p.68.

Ora, a transgressão do princípio da transparência (CDC, arts. 4º, *caput*, 6º, III, 8º, *caput*, 10, 31, 46, 52 e 54), violando, por conseguinte, o direito do consumidor à plena ciência de seus direitos e da extensão de seus deveres, constitui *abuso de direito*, evidenciando cláusula abusiva - nula de pleno direito (CDC, art. 51).

A nossa melhor jurisprudência, inclusive, já teve oportunidade de reconhecer a extensão do princípio da transparência (informação correta), materializando a abusividade de cláusulas atentatórias ao dever de informação. Note-se:

"É ilegal a transferência de risco da atividade financeira, no mercado de capitais, próprio das instituições de crédito, ao consumidor, ainda mais que não observado o seu direito de informação (arts. 6º, III, 10, 31 e 52 do CDC)". (STJ, Ac.3ªT., REsp.268.661/RJ, rel. Mina. Fátima Nancy Andrighi, DJU 24.9.2001, p.299)

## 5. Notas conclusivas

Nessa linha de intelecção, é fácil perceber que toda e qualquer cláusula constante de placas, cartazes ou mesmo tíquetes fornecidos por *shopping centers* (ou outros estabelecimentos congêneres, nos quais o estacionamento apresenta-se como atrativo para o consumidor, como restaurantes, supermercados, agências bancárias, etc) é abusiva, atentatória ao sistema de proteção ao consumidor, violando garantias fundamentais.

A uma, por violar o princípio da confiança, decorrente da boa-fé objetiva que se exige de todos os contratantes, a partir de uma perspectiva ética da relação contratual, não precisando constar do contrato o dever de segurança e lealdade. Por isso, independe essa responsabilidade da caracterização do contrato de depósito.

A duas, por constituir cláusula abusiva e, por conseguinte, nula de pleno direito (CDC 51, I), ao contemplar exoneração de responsabilidade civil do fornecedor prevista em lei.

A três, por atentar contra o princípio da informação e transparência, também decorrente da cláusula geral de boa-fé objetiva, afinal exige-se do fornecedor que, com clareza, esclareça, em todas as dimensões, não apenas os deveres, mas, por igual, os direitos do consumidor, sendo abusiva qualquer prática em contrário.

É saudável, sem dúvida, a estabilização das relações contratuais de consumo, até mesmo para o crescimento e evolução da própria sociedade, tendo em tela a afirmação imprescindível da *dignidade humana*. Aliás, lembrando a bela lição de AURISVALDO MELO SAMPAIO, acerca da dignidade do consumidor "é a pessoa o foco da tutela jurídica, devendo ter preservados, à custa de eventual sacrifício de outros interesses não pessoais, os seus mais caros valores, como a prerrogativa de ser respeitado como pessoa".<sup>29</sup>

Não se olvide que as mensagens expostas em cartazes, placas, tíquetes... atuam, com vigor, no estado psicológico do consumidor, que termina por captá-las como verdade em seu interior, transformando a relação em verdadeira "bricadeira de fantoches", na expressão feliz de MARIA CRISTINA CERESER PEZZELLA<sup>30</sup>.

Por isso, urge combater essa inventividade dos fornecedores que, na sanha do lucro, parecem pretender responsabilizar o próprio consumidor por danos ocorridos por conta das providências adotadas para o próprio fornecimento de produtos e serviços. Mais um pouco, quem sabe, não se pretenderá responsabilizar o consumidor pela frustração de lucro do fornecedor...

## Referências

- AGUIAR, Ruy Rosado de. "A boa-fé na relação de consumo", In *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, nº14, abr./jun. de 1995
- ALBUQUERQUE, Fabíola Santos. "Liberdade de contratar e livre iniciativa", In *Revista Trimestral de Direito Civil - RTDC*, Rio de Janeiro: Padma, vol.15, jul./set. de 2003
- AMARAL JÚNIOR, Alberto do. "A boa-fé e o controle das cláusulas contratuais abusivas nas relações de consumo", In

---

<sup>29</sup> Cf. "As novas tecnologias e o princípio da efetiva prevenção de danos ao consumidor", In *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, nº49, jan./mar. de 2004, p.144.

<sup>30</sup> Cf. *A eficácia jurídica na defesa do consumidor: o poder do jogo na publicidade*, Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004

- Revista Ajuris*, Porto Alegre: Ajuris, Edição especial, março de 1998
- BITTAR, Carlos Alberto. *Direitos do Consumidor*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 3ªed., 2001
- BONATTO, Cláudio. *Cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo*, Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001
- CARIGÉ, Washington Araújo. *Dicionário de Direito do Consumidor*, São Paulo: Saraiva, 1999
- CARVALHO JÚNIOR, Pedro Lino de. *A lesão consumerista no Direito Brasileiro*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005
- DENARI, Zelmo. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 6ªed., 1999
- DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*, São Paulo: Saraiva, 4ªed., 2002, 3ºvol.
- FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. *Direito Civil: Teoria Geral*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 6ªed., 2008
- GOMES, Orlando. *Introdução ao Direito Civil*, Rio de Janeiro: Forense, 11ªed., 1995
- GONÇALVES, Carlos Roberto. *Responsabilidade civil*, São Paulo: Saraiva, 7ªed., 2002
- MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, São Paulo: RT, 4ªed., 2002
- MARTINS, Plínio Lacerda. *O abuso nas relações de consumo e o princípio da boa-fé*, Rio de Janeiro: Forense, 2002
- NERY JÚNIOR, Nelson. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 6ªed., 1999
- \_\_\_\_\_. "Aspectos da responsabilidade civil do fornecedor no Código de Defesa do Consumidor", In *Revista do Advogado*, vol.33
- OLIVEIRA, James Eduardo. *Código de Defesa do Consumidor: Anotado e Comentado*, São Paulo: Atlas, 2004
- PEZZELLA, Maria Cristina Cereser. *A eficácia jurídica na defesa do consumidor: o poder do jogo na publicidade*, Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004
- RIZZATTO NUNES. *Curso de Direito do Consumidor*, São Paulo: Saraiva, 2004
- SAMPAIO, Aurisvaldo Melo. "As novas tecnologias e o princípio da efetiva prevenção de danos ao consumidor", In *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, nº49, jan./mar. de 2004
- SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. *Cláusulas abusivas no Código de Defesa do Consumidor*, São Paulo: Saraiva, 2003
- \_\_\_\_\_. *Código de Defesa do Consumidor Anotado*, São Paulo: Saraiva, 2001

SLAWINSKI, Célia Barbosa Abreu. *Contornos dogmáticos e eficácia da boa-fé objetiva*, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2002

STOCO, Rui. *Tratado da Responsabilidade civil*, São Paulo: RT, 5<sup>a</sup>ed., 2001

TEPEDINO, Gustavo. *Temas de Direito Civil*, Rio de Janeiro: Renovar, 1999