

A APLICAÇÃO DO CDC EM CASO DE FURTOS E DANOS A VEÍCULOS EM ESTACIONAMENTOS “GRATUITOS”

Emanoel Maciel da Silva

Resumo: Neste artigo visa-se demonstrar a possibilidade de aplicação da lei de defesa do consumidor em virtude da oferta de estacionamento aparentemente gratuito vinculado a uma atividade empresarial. Intenta-se ainda reforçar este entendimento através do posicionamento da jurisprudência a respeito da matéria, especialmente aquela produzida a partir do STJ.

Palavras chave: Estacionamento, Responsabilidade civil, Consumidor.

Résumé : Cet article vise à démontrer la possibilité d'application de la protection du consommateur en vertu de la disposition de places de parking apparemment liée à une activité professionnelle. Entend renforcer encore ce point de vue en positionnant la jurisprudence en la matière, en particulier celle produite à partir du STJ.

Mots-clés: Parking, responsabilité, consommateur.

Sumário: Introdução, 1. Estacionamento: Oneroso, Gratuito e Aparentemente Gratuito, 2. Aplicação da responsabilidade civil objetiva e a hipótese de incidência da teoria subjetiva, 3. Consumidor em potencial e a caracterização da responsabilidade civil, 4. O interesse econômico na oferta de estacionamento “gratuito”, 5. Posicionamento da doutrina e da jurisprudência brasileira sobre o tema, 6. A aplicação do CDC em casos de oferta de estacionamentos aparentemente gratuitos, 7. A Súmula 130 do Superior Tribunal de Justiça, Conclusão, Referências bibliográficas.

Introdução

Milhares de usuários se utilizam diariamente de estacionamentos autônomos ou vinculados à prestação de uma atividade empresarial, e isso nos remete à necessidade de entender como se configura a responsabilidade civil advinda de danos e furtos ocorridos em veículos dispostos nesses estabelecimentos. Muitos estacionamentos vinculados às empresas não cobram por esse serviço, constando como mera cortesia a

sua clientela. Queremos, através desse breve esboço, vincular a aplicação do Código de Defesa do Consumidor a essa oferta aparentemente gratuita, bem como tecer algumas considerações sobre o posicionamento da jurisprudência sobre o tema, principalmente através da Súmula 130 do Superior Tribunal de Justiça.

1. Estacionamento: Oneroso, Gratuito e Aparentemente Gratuito

Essa abordagem exclui os estacionamentos gratuitos ou onerosos ofertados em via pública pelos Municípios e aqueles outros ofertados gratuitamente no pátio de órgãos e entidades ligadas ao poder público.

A onerosidade do estacionamento é forte elemento à imputação de responsabilidade civil ao estabelecimento em caso de furto de veículo. Para que se entenda melhor isso, é preciso realmente saber o que caracteriza a oferta gratuita e a onerosa no que se refere ao serviço de estacionamento.

Estacionamento oneroso é aquele que expressamente cobra do cliente pela prestação direta do serviço de estacionamento. Em regra, esse tipo de estacionamento constitui-se numa empresa à parte, ainda que esteja vinculada a outro estabelecimento comercial. É o que acontece com os estacionamentos ofertados em grandes shoppings centers no Brasil.

Desta forma, o estacionamento expressamente oneroso constitui-se numa atividade comercial autônoma, ainda que ofertado supletivamente. Neste caso o cliente estará duplamente protegido com relação ao seu patrimônio, em virtude da relação consumerista estabelecida com o parqueamento onde deixou seu carro e com a empresa onde adquiriu bens ou serviços. Nesta hipótese, ambas as empresas se beneficiam e lucram com a parceria de serviços estabelecida entre elas. Neste contexto, evidentemente que o consumidor estará amparado pela responsabilidade objetiva, bem mais vantajosa para a vítima do que a teoria subjetiva.

Estacionamento gratuito é aquele pelo qual nada é cobrado direta ou indiretamente ao usuário do serviço, sendo ofertado apenas como uma cortesia que não agrega ao ofertante qualquer benefício. Neste caso, o

beneficiário é exclusiva e unicamente o dono do veículo que usufruiu do estacionamento.

Aparentemente gratuito é aquele estacionamento pelo qual nada se paga diretamente, não há entrega de ticket e geralmente não há segurança para proteção aos carros. Neste caso, o estabelecimento oferece uma comodidade, com vistas a mostrar-se mais atraente para sua clientela a fim de se destacar em meio a uma forte concorrência.

A oferta aparentemente gratuita de estacionamento, por estabelecimento comercial, não exonera a responsabilidade civil decorrente de danos ocorridos a veículos de seus clientes. Desta forma, é dever do estabelecimento garantir a segurança dos veículos estacionados em seus domínios, ainda que tente posteriormente se eximir alegando não possuir seguranças no local.

Mesmo na atualidade tenta-se ainda levar o consumidor a crer que ele não possui qualquer direito quando põe seu veículo num estacionamento aparentemente gratuito. Esse tipo de afronta ao CDC manifesta-se através de placas que inutilmente tentam subtrair qualquer responsabilidade do fornecedor. Num País como o Brasil em que a educação de qualidade não é prioritária, é possível que muitos consumidores se deixem levar por esse tipo de ardil empresarial quando tem seus veículos furtados ou danificados em estacionamentos “gratuitos” . Para o fornecedor não custa tentar.

2. Aplicação da responsabilidade civil objetiva e a hipótese de incidência da teoria subjetiva

Em regra o código de defesa do consumidor aplica a chamada responsabilidade objetiva, sem culpa, onde o que interessa não é provar a culpa do ofensor, mas sim responsabilizá-lo pela ofensa oriunda do risco decorrente da atividade lucrativa que pratica.

A responsabilidade civil objetiva dispensa apenas a prova da culpa, mas exige que o ofendido prove a o dano que sofreu e estabeleça o nexo de causalidade entre si e aquele a quem acusa de lhe ter praticado o dano.

Entretanto, a desobrigação de provar a culpa é indubitavelmente uma vantagem na relação desigual entre consumidor e fornecedor.

Assim sendo, o estacionamento realmente gratuito, oferecido de forma desinteressada como um favor ou como uma mera cortesia, poderá implicar responsabilidade civil nas hipóteses dos artigos 186, 187 e 927 do Código Civil de 2002. Neste caso, não é possível buscar a responsabilidade do ofertante de modo objetivo, pautando-se na teoria do risco. Essa impossibilidade agrava em muito a situação da vítima, pela dificuldade que se apresenta quanto à prova da culpa do ofensor.

A teoria apta a tutelar a pretensão decorrente da oferta verdadeiramente gratuita ou desinteressada de um serviço é de natureza subjetiva, com isso caberá à suposta vítima que alega ter sofrido um dano, em primeiro lugar, provar a existência do dano material alegado, cabendo-lhe ainda demonstrar a existência donexo causal entre o acusado de ter praticado o dano e o bem lesionado e por fim há que se provar a culpa de quem tenha ofertado o serviço. Percebe-se assim que neste caso a possibilidade de obtenção de indenização em juízo por esse tipo de sinistro é bem reduzida.

Entre a teoria subjetiva, regra aplicada pelo Código Civil, e a teoria objetiva, regra aplicada pelo CDC, existe a chamada presunção de culpa que se constitui em instrumento através do qual se buscou conceder ao consumidor uma situação um pouco mais confortável do que aquela oferecida pelo Código Civil de 1916, quando ainda não existia a tutela consumerista realizada através da Lei 8.078/90.

3. Consumidor em potencial e a caracterização da responsabilidade civil

Ainda que o usuário do estacionamento adentre ao estabelecimento comercial sem nada comprar, será considerado pelo próprio CDC como equiparado ao consumidor, e, portanto, será amparado como se consumidor de fato fosse. Entretanto, enfrentará uma série de problemas quando tiver que provar a existência do dano para auferir a indenização.

Assim dispõe o parágrafo único do art. 2º do CDC:

“Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se o consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.”

Notemos que o objetivo imediato do potencial cliente não é apenas usufruir o estacionamento, mas é antes adentrar ao estabelecimento que oferta o estacionamento. É preciso dizer que esse não é bem o caso de algumas pessoas que se aproveitam da oferta graciosa de um estacionamento, por um determinado estabelecimento comercial, para colocarem seus veículos com o real objetivo de se dirigirem a outros locais. Neste caso haverá uma lesão frontal ao nexo de causalidade que isentará o empresário de qualquer responsabilidade pelo que ocorrer com o veículo, em virtude do citado veículo se achar indevidamente estacionado em vaga que a ele não está destinada.

Mesmo no caso do consumidor em potencial tem-se que enfrenta um grave problema com vistas à satisfação da indenização que porventura lhe caiba, em virtude de dano causado ao seu veículo. Isso porque na verdade ele nada adquiriu no estabelecimento comercial onde seu veículo encontrava-se estacionado, portanto não terá recibo de mercadoria, e também não terá recebido qualquer ticket no estacionamento que lhe é ofertado “gratuitamente”, ou seja, não se valerá de qualquer prova escrita em seu prol.

4. O interesse econômico na oferta de estacionamento “gratuito”

Quando o estacionamento gratuito é ofertado como incremento de uma atividade comercial, essa gratuidade aparente, não é suficiente para subtrair a responsabilidade civil do estabelecimento, posto que a oferta é interessada e visa o benefício da própria atividade comercial. Neste caso o estacionamento é aparentemente gratuito.

Para Said Cahali[1] não tem qualquer importância a alegação do fornecedor no que tange ao argumento da gratuidade originada da cessão de uso do local de estacionamento. Segundo o autor, o dever de vigilância é inerente à prestação de serviço ao cliente, exercido profissionalmente

pelo dono do estabelecimento. Assim é que o fornecedor não é obrigado a fornecer estacionamento, mas se o faz tem primariamente o dever de vigilância, e secundariamente o dever de indenizar o dano decorrente de falhas na segurança que tinha o dever de bem prestar.

Sobre a gratuidade do estacionamento, vejamos o que decidiu o Superior Tribunal de Justiça:

“Não importa que a parada seja gratuita, para afastar a responsabilidade da empresa recorrente, que mantém o estacionamento como elemento indispensável ao próprio comércio de sua atividade, daí a sua qualificação como estacionamento interessado.”[2]

Nesta toada, é certo que o estabelecimento comercial mantém um estacionamento porque isso lhe dá destaque perante a concorrência, concede-lhe lucro em virtude do incremento nas vendas, e tal fato justificaria a gratuidade ofertada ao consumidor.

Entretanto, os estabelecimentos induzem os clientes a crerem que a gratuidade do estacionamento ofertado é suficiente para excluir sua responsabilidade civil. Como já destacado, essa tese não tem arrimo legal.

Deste modo o estacionamento não precisa ser custeado diretamente pelo consumidor para que se cristalize a partir daí a responsabilidade civil da empresa, conforme aduz o seguinte julgado do Superior Tribunal de Justiça:

“Trata-se de questão em torno da qual já se pacificou a jurisprudência da seção especializada, consoante filtra de inúmeros precedentes das duas Turmas que a integram, os quais timbram em remarcar o dever de vigilância e guarda da empresa, a despeito da gratuidade do estacionamento, dado seu interesse em dispor da facilidade para angariar clientela.”[3]

Vale lembrar que a orientação exarada na Súmula 130 do STJ não condiciona a responsabilidade civil da empresa ao pagamento do estacionamento por parte do consumidor.

Sobre a referida Súmula, destaque-se que é necessário apreender a essência do enunciado. Mesmo nada sendo cobrado diretamente do consumidor, o contrato não será gratuito, em virtude do interesse de captação de clientela do empresário. Assim é que o próprio consumidor paga o estacionamento que lhe é cobrado por estar seu valor embutido no preço da mercadoria exposta à venda.[4]

Trataremos mais detidamente sobre a Súmula 130, um pouco mais adiante.

É lógico que a oferta de estacionamento é um diferencial favorável à pretensão de lucro do fornecedor, sobretudo, nas grandes cidades em que o carro é utilizado como o mais importante meio de transporte da camada da sociedade com maior poder aquisitivo. [5]

Os consumidores tendem a preferir estabelecimentos comerciais que propiciem maior conforto e segurança para si e para o seu patrimônio. Entre empresas do mesmo padrão de qualidade o consumidor tenderá a optar por aquela que lhe oferta estacionamento.[6]

5. Posicionamento da doutrina e da jurisprudência brasileira sobre o tema

Esta razoável tese defendida pela parte mais abalizada da doutrina brasileira, no sentido de que o preço do estacionamento está incluído no valor dos produtos, já foi examinada pelo STF, ocasião em que aquela Corte em acórdão isolado, contestou através do voto do relator em RE nº 111.671-10, o argumento segundo o qual o estacionamento é pago indiretamente pelas compras feitas pelos clientes, e posicionou-se nessa ocasião o relator pela irresponsabilidade do fornecedor diante do fato de não existir vigilância presumida. Além do que segundo esse julgado é somente o espaço para estacionamento o que se oferece aos clientes.[7]

Em seu voto assim manifestou-se o relator o Min. Carlos Madeira:

"A recorrente esclarece que não mantém guardas no estacionamento, sendo o risco ali totalmente do proprietário do veículo, Não assume ela, portanto, a responsabilidade da guarda dos veículos, O fato de possuir local para estacionamento para veículos não induz a responsabilidade pela guarda.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.”

O Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo não tem partilhado da mencionada orientação exarada acima, e tem reiteradamente manifesto em suas decisões a tese doutrinária favorável ao reconhecimento da responsabilidade civil do fornecedor quando oferta estacionamento.[8]

Em Apelação nº 0000627-61.2011.8.26.0505, assim se manifestou o Egrégio TJSP:

“Ementa: AÇÃO DE REPARAÇÃO DE DANOS Nota fiscal de compras e lavratura de Boletim de Ocorrência são princípios de prova de que o veículo foi deixado no estacionamento da apelada - Aplicação do CDC - Recorrida não comprovou que veículo não foi ali deixado Aplicação da S. 130, do STJ Responsabilidade da apelada. DANOS MATERIAIS Indenização pelos reparos do veículo Cabível Valores não questionados expressamente. LUCROS CESSANTES E FERRAMENTAS DE TRABALHO Prova que cabia ao recorrente Ausência de indícios de que o apelante deixou de trabalhar em decorrência do furto, bem como de que suas ferramentas de trabalho estavam no interior do veículo furtado Recorrente que deixou de comparecer à audiência de instrução Indenização descabida. DANOS MORAIS Furto de veículo - Ausência de lesão à personalidade do apelante Não comprovação da dor moral - Não cabimento de indenização Recurso parcialmente provido.”

O Superior Tribunal de Justiça, na maioria de seus julgados sobre a matéria, também consagra a responsabilidade do fornecedor em virtude do pagamento indireto embutido no preço dos produtos e da captação de clientela que essa oferta produz. Esta orientação encontra-se no cerne da Súmula 130.

Em REsp nº 107.385 da lavra do eminente Ministro Waldemar Zveiter do STJ, tem-se o seguinte:

"CIVIL - AÇÃO ORDINÁRIA DE INDENIZAÇÃO - ESTACIONAMENTO - SUPERMERCADO - FURTO DE VEÍCULO - RESPONSABILIDADE PELA GUARDA - INCIDÊNCIA DO ENUNCIADO DA SUM. 130, DO STJ. I - COMPROVADA A EXISTÊNCIA DE DEPÓSITO, AINDA UE NÃO EXIGIDO POR ESCRITO, O DEPOSITÁRIO É RESPONSÁVEL POR EVENTUAIS DANOS A COISA. II - O ESTABELECIMENTO COMERCIAL QUE OFERECE ESTACIONAMENTO EM ÁREA PRÓPRIA PARA COMODIDADE DE SEUS CLIENTES, AINDA QUE TÍTULO GRATUITO, ASSUME, EM PRINCÍPIO, A OBRIGAÇÃO DE GUARDA DOS VEÍCULOS, SENDO ASSIM RESPONSÁVEL CIVILMENTE PELO SEU FURTO OU DANIFICAÇÃO. INCIDÊNCIA DO ENUNCIADO DA SUM. 130 DO STJ. III (DJU 28.04.97).- RECURSO CONHECIDO E PROVIDO"

Yussef Said Cahali [9]entende que a orientação sustentada pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo mostra-se bem mais razoável do que aquela defendida pelo mencionado acórdão isolado do Supremo Tribunal Federal. Para o citado autor, a consagração da irresponsabilidade nesses casos equipararia os estacionamentos privados ofertados no contexto de uma relação de consumo, com a oferta de estacionamento na via pública:

“Manifesta a responsabilidade do supermercado pelo furto de veículo do interior do pátio do estacionamento de sua propriedade mantido para dar maior comodidade e acesso a seus clientes, e visando com isto obter maior número deles, é claro que a clientela, fiada na segurança que os supermercados oferecem, procura aqueles onde se sinta mais segura; não há falar em estacionamento gratuito, pois, na verdade, os consumidores pagam indiretamente por aquele conforto; com efeito, é aparentemente gratuito, mas seu custo ou preço está embutido no valor das mercadorias que expõe à venda ou então na perspectiva do lucro, na razão direta da afluência da clientela, atraída pela comodidade do estacionamento proporcionado.”

Guilherme Couto de Castro[10] adverte que há verdadeira relação de consumo na oferta do espaço para guarda do veículo, pois o consumidor se deixa atrair pela facilidade, e em virtude disso é que o empresário deverá responder objetivamente, caso a expectativa legítima de segurança na área seja frustrada.

No sentido do reconhecimento dos direitos do potencial consumidor Rui Medeiros[11] afirma que ainda que o usuário esteja no estabelecimento comercial sem o intuito de fazer compras, mas se lá estiver, por exemplo, para tratar de interesses comuns com o referido estabelecimento, isso é suficiente para responsabilizar a empresa pelo dever de guarda sobre o veículo do usuário.

Walter Nunes da Silva Júnior[12] destaca com maestria que a responsabilidade do fornecedor se faz presente, a partir do instante que coloca à disposição do cliente local específico para estacionar seu veículo. Assim a mera oferta de estacionamento vinculada a uma prestação de serviço lucrativa obriga a quem o oferece a arcar com o ônus da responsabilidade pelos danos havidos.

Yussef Cahali[13] entende que o furto de veículos ocorrido em estacionamentos de estabelecimentos comerciais é albergado pelo risco profissional da empresa.

Deste modo, a oferta de estacionamento pelo empresário o obrigaria a prover a devida vigilância, sendo que tal obrigação estaria implícita em tal comodidade apresentada aos usuários atraídos à empresa pela segurança que o empreendimento lhes oferece. [14]

O Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro exarou julgado no sentido de que cabe ao empresário a responsabilidade independentemente de culpa, em virtude de prejuízos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação de serviços, entendendo-se como tal, em face da abrangência do conceito legal, toda a atividade realizada pelo comerciante no propósito de tornar o seu negócio viável e atraente. A partir disso o Colendo Tribunal entendeu que o estacionamento, as instalações confortáveis e outras facilidades colocadas à disposição da sua clientela, tornam o empreendimento muito mais atraente. [15]

6. A aplicação do CDC em casos de oferta de estacionamentos aparentemente gratuitos

A gratuidade não isenta de responsabilidade àquele que generosamente permite a outrem usufruir de um serviço ou bem em sede de mera

cordialidade. Neste caso, o que haverá é um tratamento mais condescendente da norma jurídica para com o ofertante, em virtude da incidência da responsabilidade subjetiva pela qual caberá à vítima provar a culpa daquele a quem imputa a responsabilidade pelo dano que lhe fora causado. Essa situação na prática desfavorece à vítima do dano pelas enormes dificuldades probatórias, o que resulta, em boa parte dos casos, em inexistência de indenização.

Noutro plano, inexistente qualquer dúvida sobre a possibilidade de aplicação do Código de Defesa do Consumidor para resolução de situações concernentes a furtos e danos a veículos nas dependências de estabelecimentos comerciais.

Com efeito, a Lei nº 8.078/90 disciplina as relações de consumo no Brasil, bem mais favorável ao consumidor do que a tutela que se mostra por vezes viável através do Código Civil. Pela teoria do risco proveito aquele que usufrui do bônus econômico, em virtude de uma atividade empresarial, deverá arcar também com o ônus e prejuízos que essa atividade gerar ao consumidor.

Nesta linha, a entidade que oferta estacionamento, com o intuito de lucro, será regida pelo CDC. Aliás, a citada entidade poderá inclusive pertencer ao Estado, ocasião em que o estacionamento poderá ser ofertado por empresas estatais que prestam serviços ao público em geral e cobram por isso, com o objetivo de obviamente auferir lucro. Dentre tais empresas estatais podemos, a título de exemplo, mencionar a ECT e o Banco do Brasil.

Deste modo, como já ressaltado, excluimos desta abordagem a oferta de estacionamento por repartições públicas com personalidade jurídica de direito público, por não se submeterem à regência do CDC. Nestes casos, a responsabilidade civil advirá sob a tutela de outras normas. As fundações públicas, apesar de serem entes com personalidade jurídica de direito privado, não são regidas pelo CDC em virtude de não visarem o lucro na oferta dos serviços que prestam à população.

Neste ponto, cabe uma indagação.

Seria possível aplicar o CDC para o caso de furto de veículo em estacionamento de empresa onde não haja vigilância, emissão de ticket ou entrega das chaves, e onde o dono do veículo somente entra no estabelecimento comercial para verificar os preços dos produtos sem nada comprar?

Neste contexto o usuário não concede lucro ao empresário porque nada comprou. Ele apenas entra no estabelecimento e gasta seu tempo a olhar preços ou a tratar de outros assuntos, optando por não comprar qualquer produto. É possível que o consumidor neste caso estivesse imbuído do desejo de comprar, mas tenha desistido de fazê-lo ou estivesse movido pelo desejo de pesquisar preços para uma possível compra futura. Mesmo neste caso aplica-se o CDC.

Note-se, que esta é uma situação diferente daquela em que o indivíduo faz uso de estacionamento gratuito da empresa, onde não há entrega das chaves, emissão de tickets ou aparato de segurança, para tão somente ter um lugar para colocar seu veículo, sem a menor intenção de estabelecer relação de consumo com a empresa.

Esta situação só é perceptível para a empresa mediante existência de fiscalização física ou eletrônica. Este tipo de prova certamente opera em favor da empresa, em caso de litigância levada a Juízo por pessoa que queira se aproveitar da oferta de estacionamento à clientela de um estabelecimento comercial. Nesta hipótese, a pretensão de quem teve o veículo furtado não poderá ser amparada pelo Código do Consumidor.

Acompanhamos o entendimento segundo o qual é possível aplicar o Código do Consumidor em casos de danos a veículos de usuários, ocorridos no estacionamento de estabelecimento comercial, ainda que o utente nada tenha comprado durante sua estadia no estabelecimento comercial.

Com efeito, o ordenamento jurídico atua no sentido de conceder proteção à pessoa em fase ainda anterior à contratação, na tutela aos interesses do potencial consumidor, daquele que, embora não tendo ainda contratado a prestação do serviço, possa vir, em tese, a fazê-lo, em conformidade, além de outros dispositivos, com o art. 29 da Lei nº 8.078/90.

“Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”.

A boa-fé objetiva deve nortear os deveres de comportamento que as partes devem seguir nas fases, pré-contratual, contratual e pós-contratual. Assim é que a boa-fé tutelaria o potencial cliente. A oferta postada na fase pré-contratual, faz com quem as questões surgidas a partir dali estejam mesmo no âmbito da responsabilidade contratual.

Na concepção de Antônio Hermam Benjamin “o que se exige é a simples exposição à prática, mesmo que não se consiga apontar, concretamente, um consumidor que esteja em vias de adquirir ou utilizar o produto ou serviço.”[16]

O princípio da boa-fé objetiva, considerado um princípio geral do direito, foi inserido no direito pátrio pelo art. 4º da Lei de Introdução ao Código Civil de 1916 e consta do art. 4º, III e art. 51, IV do Código de Defesa do Consumidor.[17]

Com efeito, a oferta do estacionamento é feita pelo estabelecimento a seus clientes e à sua potencial clientela. O estacionamento “gratuito” faz parte dos serviços ofertados pela empresa a fim de melhorar suas vendas, disto decorre o dever de guarda dos veículos, para o caso de oferta de local para estacionar, mesmo quando se trate de uma prestação acessória.

Como já ressaltado, a empresa não oferece cortesias desinteressadas a sua potencial clientela. A existência de um cômodo estacionamento, no qual o cliente estaciona seu veículo e se sente seguro, opera em favor da empresa ofertante que se destaca perante outros estabelecimentos que não ofertem esta comodidade. Deve pesar sobre quem ofereceu a alternativa de fácil estacionamento, a carga de que este seja seguro, mesmo que não haja consumação. Nesta hipótese, o nexo de causalidade entre a empresa e o cliente será estabelecido artificialmente pelo CDC.[18]

Ressaltamos que há entendimento de que nos casos - onde não há controle da entrada e saída de veículos, emissão de tickets, traditio ou

aparato de segurança - a responsabilidade civil pode ser amparada com base numa “relação contratual de fato”; entretanto, apesar de tal possibilidade, entendo que o Código de Defesa do Consumidor, através da boa-fé objetiva é instrumento suficiente para amparar os referidos casos, ocorridos na esfera consumerista.[19]

7. A Súmula 130 do Superior Tribunal de Justiça

O Superior Tribunal de Justiça produziu a Súmula 130 que dispõe justamente sobre a responsabilidade da empresa por furto de veículos localizados em seu estacionamento. O teor da referida Súmula é o seguinte, literis:

“A EMPRESA RESPONDE, PERANTE O CLIENTE, PELA REPARAÇÃO DE DANO OU FURTO DE VEÍCULOS OCORRIDOS EM SEU ESTACIONAMENTO”.

Com efeito, o STJ com a emissão dessa Súmula debela de uma vez por todas qualquer dúvida acerca da responsabilidade da empresa perante o cliente diante de dano ou furto de veículos ocorridos no estacionamento ofertado pelo estabelecimento.[20]

De 1990 até 1995 o Superior Tribunal de Justiça produziu vários acórdãos reconhecendo a responsabilidade civil do lesante, em caso de furto de veículos em estabelecimentos comerciais, cuja fundamentação jurídica centrava-se no contrato de depósito e no contrato inominado de guarda e vigilância. Os acórdãos que deram origem à Súmula 130 constam da Revista do Superior Tribunal de Justiça, Volume 72, pp. 353-388.[21]

A relação advinda da Súmula 130 do STJ não é necessariamente uma relação contratual, podendo muito bem enquadrar-se numa “relação contratual de fato”, ou seja, aquela que se manifesta em virtude de um determinado arranjo fático que une partes com interesses comuns. A natureza jurídica da responsabilidade civil que se exara a partir da referida Súmula 130 não é exatamente nem objetiva nem subjetiva, trata-se antes de uma responsabilidade civil presumida.

Com esteio na mencionada Súmula a responsabilidade civil da empresa por veículos dispostos em seu estacionamento advém necessariamente de uma

relação de clientela entre o estabelecimento comercial e o usuário do estacionamento.[22]

Aliás, é a partir da relação de clientela que se exprime o nexo de causalidade, e certamente ela não se restringe apenas à relação de consumo realizada de imediato comprovada pela nota fiscal. A caracterização de clientela poderá manifestar-se por uma relação de longa data entre o estabelecimento e o cliente, caracterizada, por exemplo, através do cadastro do cliente na própria empresa, emissão de cartão de crédito próprio do estabelecimento ou de autorização para emissão de cheques pré-datados para pagamento das compras realizadas naquele recinto.

A relação de clientela é apenas um dos pressupostos para a caracterização da responsabilidade da empresa pelos veículos dos clientes acomodados em seu estacionamento. Todavia, o uso do estacionamento pelo cliente apenas se justifica no âmbito de uma relação de clientela imediata ou em potencial. Assim, se o cliente vai ao estabelecimento para apenas estacionar seu veículo, a fim de dirigir-se a outro lugar, certamente não terá direito algum pelos danos sofridos ao seu veículo, por faltar-lhe o nexo causal, ou seja, nesse caso não houve uma relação contratual, mas apenas um ato unilateral sem amparo no CDC.

Apesar da Súmula 130 do Superior Tribunal de Justiça mencionar apenas as hipóteses de dano e furto de veículos, entendemos que ela contempla ainda, por uma questão de hermenêutica jurídica, o roubo praticado contra veículos estacionados no pátio da empresa.

Acrescente-se que a súmula apesar de significar a pacificação de determinada matéria, em virtude de um conjunto de decisões anteriores e reiteradas de certo Tribunal, não obriga, em verdade, seu cumprimento aos juízes de primeiro grau, cujo convencimento, acerca da decisão, é livre desde que corretamente embasado na lei ou em seus elementos subsidiários arrolados no art. 4º da Lei de Introdução ao Código Civil.[23]

Portanto, o papel da súmula vai além da mera pacificação da jurisprudência divergente, no que cabe também a ela orientar, servindo de bússola aos operadores do direito, sem, entretanto, conter em si

mesma o caráter coercitivo inerente à norma jurídica. Aliás, a produção da norma jurídica cabe, no Brasil, naturalmente ao Poder Legislativo e não ao Poder Judiciário, a este cabe aplicar a norma jurídica advinda daquele e não pretender subtrair-lhe a prerrogativa constitucional.[24]

Conclusão

A partir do exposto nesse artigo tem-se que os estabelecimentos comerciais que ofertam estacionamentos aos seus clientes tem a responsabilidade de zelar pelos veículos dispostos no pátio da empresa. Não prospera a alegação segundo a qual a ausência de cobrança pelo estacionamento funcionaria em favor da ausência de responsabilidade civil do empresariado. Esse dever da empresa de indenizar os danos praticados contra veículos estacionados em seu pátio, decorre do benefício que auferem com a captação de clientela que a oferta de estacionamento lhe proporciona. Deste modo, o valor do estacionamento é custeado pela clientela quando da aquisição de bens e serviços. Em virtude disto, é possível a tutela do cliente com fulcro no CDC, por tratar-se de um serviço aparentemente gratuito, mas que decorre de uma relação estabelecida entre consumidor e fornecedor.

Referências

BENJAMIM, Antônio Hermam. Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

BITTAR, Carlos Alberto. Curso de direito civil. Volume 1. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1994.

_____. Responsabilidade civil por danos a consumidores. São Paulo: Saraiva, 1992.

CAHALI, Yussef Said. Responsabilidade civil do Estado. 2ª ed. São Paulo: Malheiros, 1996.

CASTRO, Guilherme Couto de. A responsabilidade civil objetiva no Direito brasileiro. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de responsabilidade civil. São Paulo: Malheiros, 2000.

CDC comentado pelos autores do anteprojeto. 7ª ed. São Paulo: Forense Universitária, 2001, p.962.

DIAS, José de Aguiar. Da responsabilidade civil. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1960.

DINIZ, Maria Helena. Tratado teórico e prático dos contratos. Volume 3. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

_____. Código civil anotado. 3ª ed.. São Paulo: Saraiva, 1997.

ESPÍNOLA, Eduardo. Dos contratos nominados no Direito brasileiro. Rio de Janeiro: Gazeta Judiciária, 1953.

GARCEZ NETO, Martinho. Responsabilidade civil no direito comparado. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

GOMES, Luiz Roldão de Freitas. Elementos de responsabilidade civil. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

GOMES, Orlando. Contratos. 17ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

GONÇALVES, Carlos Roberto. Responsabilidade civil. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 1995.

KRIEGER FILHO, Domingos Afonso. A responsabilidade civil e a penal no código de defesa e proteção do consumidor. 1ª ed. Porto Alegre: Síntese, 1998.

LEÃES, Luiz Gastão. A responsabilidade do fabricante pelo fato do produto. São Paulo: Saraiva, 1987.

LIMA, Alvino. Culpa e risco. 2ª ed. São Paulo: RT, 1999.

LIRA, Ricardo César Pereira. Os 'Shoppings centers': questões jurídicas. Os 'shoppings centers' e alguns aspectos da responsabilidade civil. Rio de Janeiro: Saraiva, 1991.

_____. Revista de Direito Civil. Responsabilidade civil pelo furto de veículos. São Paulo: RT, n.52.

LOPES, José Reinaldo. Responsabilidade civil do fabricante e defesa do consumidor. São Paulo: RT, 1992.

MAZEAUD, Henri; MAZEAUD, Leon. Traité théorique et pratique de la responsabilité civile délictuelle et contractuelle. 4^a ed. Paris: Sirey, 1994.

MEDEIROS, Rui. Dicionário da responsabilidade civil: doutrina e jurisprudência. São Paulo: Saraiva, 1996.

MONTENEGRO, Antônio Lindbergh. Responsabilidade civil. 2^a ed. Rio de Janeiro: Lumem Juris, 1996.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. Responsabilidade civil. 8^a ed. Rio de Janeiro: Forense, 1996.

_____. Instituições de direito civil. Volume 3. 10^a ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

PINTO, Roberto Wilson; OLIVEIRA, Fernando A. (Coordenadores). "Shoppings centers": questões jurídicas. São Paulo: Saraiva, 1991.

ROCHA, Sílvio Luís. Responsabilidade civil do fornecedor pelo fato do produto no direito brasileiro. São Paulo: RT, 1992.

RODRIGUES, Silvío. Direito civil: dos contratos e das declarações unilaterais de vontade. Volume 3. 15^a ed. São Paulo: Saraiva, 1997.

SILVA, Emanuel Maciel da. A responsabilidade civil por furto de veículos em estabelecimento comerciais e similares no Brasil. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

SILVA, Wilson Melo da. Responsabilidade sem culpa e socialização do risco. Belo Horizonte: Ed. Bernardo Álvares. 1994.

SOARES, Orlando Estevão da Costa. Responsabilidade civil no direito: teoria, prática forense e jurisprudência. 2^a ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

SOARES, Paulo Brasil. Princípios Básicos do CDC. São Paulo: Editora de Direito, 2001.

STOCO, Rui. Responsabilidade civil e sua interpretação jurisprudencial. São Paulo: RT, 1994.

VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito civil – contratos em espécie e responsabilidade civil. São Paulo: Atlas, 2001.

WALD, Arnaldo. Curso de direito civil brasileiro: obrigações e contratos. 10ª edição. São Paulo: RT, 1992.

Notas:

[1] CAHALI, Yussef Said. Responsabilidade civil do Estado. 2ª ed. São Paulo: Malheiros, 1996, p. 236.

[2] REsp n. 7.134-SP 3ª T do STJ, Rel. Min. Dias Trindade, 13.03.1991.

[3] REsp.n. 36333-0-SP, 3ª T do STJ. Rel. Min. Costa Leite, 13.01.1993.

[4]LEX 110:225.

[5] A jurisprudência também acentua que a “existência de aparato de segurança a funcionar como captador de clientela” (TJSP - EI nº 136.767-1 -São Paulo - Rel. Cunha de Abreu - J. 27.02.1992

[6] “Embora não existente pagamento direto, a empresa mantenedora de shopping center ostenta manifesto interesse econômico em dispor de local para estacionamento de veículos, pois atualmente este é fator o mais ponderável para angariar e atrair clientela” (SJT - REsp. nº 29.198/SP - 4ª Turma - Rel. Min. Athos Carneiro - J. 23.03.1993).

[7] RE 111.671-1, relator o Min. Carlos Madeira (in Repertório IOB de jurisprudência, n. 18-87, p. 241; in RT 626/250).

[8] SILVA, Emanuel Maciel da. A responsabilidade civil por furto de veículos em estabelecimento comerciais e similares no Brasil. Rio de Janeiro: Forense, 2007, p. 80.

[9] CAHALI, Said. Op. Cit. p.240.

[10]CASTRO, Guilherme Couto de. A responsabilidade civil objetiva no Direito brasileiro.2ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997,.Op. Cit. p.41.

[11]MEDEIROS, Rui. Dicionário da Responsabilidade Civil: Doutrina e Jurisprudência. São Paulo: Saraiva, 1996, p.146.

12SILVA JR, Walter Nunes da. Responsabilidade Civil no Estado por Furto de Veículo; RDA 203:59.

13CAHALI, Yussef.Op. Cit. p.241.

[14] “Trata-se, em verdade, de “serviço prestado no interesse do próprio incremento do comércio, daí o dever de vigilância e guarda” (STJ - REsp. nº 5886/SP - 3ª Turma - Rel. Min. Nilson Naves - J. 19.02.1991).

[15] Ac. Unân. da 2ª C do TJRJ. Ap. Cível n. 6923. Rel. Des. Cavaliere Filho. 21.11.1995.

[16]BENJAMIM, Antônio Hermam. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. 3ª ed. Forense Universitária, 1993, p.147.

[17] SILVA, Emanuel Maciel da.Op.cit., p. 72

[18] Idem,p. 54.

[19] Ibidem.

[20] REsp.n. 53.070-9-SP. 3ª T do STJ. Rel. Min. Carlos Alberto Direito. DJ:30.09.1996.

[21] SILVA, Emanuel Maciel da. Op. Cit., p. 120.

[22] “na forma da Súmula nº 130 do STJ, o shopping que mantém estacionamento para os clientes com a finalidade de ofertar maior conforto e segurança, e assim atrair maior clientela, exercendo fiscalização sobre os bens que recebe para guardar, é responsável por arrombamentos e furtos ocorridos em interior de veículos que tem sob a sua guarda” (TJDF - AC no Juizado Especial nº 2004.04.1.002.489-5-DF - 2ª Turma Recursal dos JEC e Crim. - Rel. João Batista Teixeira - J. 15.09.2004).

[23] Idem. p. 110.

[24] Ibidem

Fonte: http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=14004&revista_caderno=10