



**LUCAS SALIM VILELA PEDRAS**

**A RESPONSABILIDADE DOS *SHOPPINGS CENTERS* PELO FATO DO  
SERVIÇO NAS DEPENDÊNCIAS DO ESTACIONAMENTO CONTÍGUO**

**BRASÍLIA/DF**

**2014**



**LUCAS SALIM VILELA PEDRAS**

**A RESPONSABILIDADE DOS *SHOPPINGS CENTERS* PELO FATO DO  
SERVIÇO NAS DEPENDÊNCIAS DO ESTACIONAMENTO CONTÍGUO**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Direito Privado, no Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Advocacia Empresarial, Contratos, Responsabilidade Civil e Família do Instituto Brasiliense de Direito Público – IDP.

**BRASÍLIA/DF**

**2014**

**LUCAS SALIM VILELA PEDRAS**

**A RESPONSABILIDADE DOS *SHOPPINGS CENTERS* PELO FATO DO  
SERVIÇO NAS DEPENDÊNCIAS DO ESTACIONAMENTO CONTÍGUO**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Direito Privado, no Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Advocacia Empresarial, Contratos, Responsabilidade Civil e Família do Instituto Brasiliense de Direito Público – IDP.

Brasília-DF, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.

---

Presidente: Prof.

---

Integrante: Prof.

---

Integrante: Prof.

Dedico este trabalho à minha família e amigos, pelo apoio e compreensão.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha família pela paciência e amor e aos professores do Instituto Brasiliense de Direito Público – IDP pela fonte de inspiração e saber.

## RESUMO

O escopo deste trabalho reside na análise da responsabilidade dos *Shopping Centers* pelos fatos dos serviços ocorridos nos estacionamentos contíguos. Para tanto, verificar-se-á, inicialmente, o conceito de fato do serviço e a sua extensão no que tange a estes Centros Comerciais. Consignada essa premissa, analisar-se-á a responsabilidade dos *Shoppings Centers* por esses eventos em três hipóteses distintas, recorrentes no âmbito empresarial, quais sejam: 1) *Shopping Center* na condição de proprietário do espaço físico do estacionamento, com a exploração dos serviços, de forma gratuita ou onerosa, por intermédio de empresa especializada nesses serviços; 2) *Shopping Center* na condição de proprietário e mero locador do espaço físico do estacionamento; e 3) *Shopping Center* na condição de não proprietário e não explorador do espaço físico do estacionamento, hipótese usualmente encontrada nos Centros Comerciais próximos a estacionamentos públicos. Após a análise dessas situações, tanto em um âmbito doutrinário, quanto em uma seara jurisprudencial, identificar-se-ão quais teses podem ser utilizadas para responsabilizar, ou isentar, os *Shoppings Centers*, a depender do caso concreto, à luz de uma pesquisa dogmática.

Palavras-chave: *Shopping Center*. Estacionamento. Responsabilidade.

## **ABSTRACT**

The scope of this work lies in the analysis of the responsibility of Shopping Centers by facts of services occurred in the parking lot adjacent to it. For this purpose, this work will, initially, analyze the concept of facts of services and its extension with respect to these Shopping Centers. Placed that premise, will be analyzed the responsibility of Shopping Centers by these events in three distinct hypothesis, recurrent in the business context, namely: 1) Shopping Center owner of the physical space of the parking lot, with the operation of services, free or charges way, through specialized company; 2) Shopping Center provided the owner and lessor of mere physical space parking; and 3) Shopping Center provided that no owner and no physical space explorer parking, event usually found in Shopping Centers near public parking. After analyzing these situations, both a doctrinal matters as jurisprudential, identify themselves theses which can be used to hold, or exempt, the Shopping Center, depending on the case.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>1 DO FATO DO SERVIÇO NOS ESTACIONAMENTOS E DA SUA EXTENSÃO</b> .....	11
1.1 Do fato do serviço .....	11
1.2 Da extensão do fato do serviço .....	14
<b>2 DA RESPONSABILIDADE DOS SHOPPING CENTERS PELO FATO DO SERVIÇO OCORRIDO NO ESTACIONAMENTO CONTÍGUO</b> .....	18
2.1 Do conceito de <i>Shopping Center</i> e da sua posição no mercado .....	18
2.2 Das hipóteses de análise da responsabilidade dos <i>Shopping Centers</i>	19
<b>3 DA PRIMEIRA HIPÓTESE: SHOPPING CENTER NA CONDIÇÃO DE PROPRIETÁRIO DO ESPAÇO FÍSICO DESTINADO AO ESTACIONAMENTO E EXPLORADOR DESSA ATIVIDADE</b> .....	21
3.1 Do <i>Shopping Center</i> na condição de fornecedor .....	22
3.2 Da legítima expectativa de segurança do consumidor – princípio da confiança .....	25
3.3 Da boa-fé objetiva .....	29
<b>4 DA SEGUNDA HIPÓTESE: SHOPPING CENTER NA CONDIÇÃO DE PROPRIETÁRIO E MERO LOCADOR DO ESPAÇO FÍSICO DESTINADO AO ESTACIONAMENTO: ANALOGIA AO RECURSO ESPECIAL 908.359/SC</b> ..	34
4.1 Da síntese e da análise do Recurso Especial 908.359/SC .....	34
4.2 Da aplicação da tese vencedora do Recurso Especial 908.359/SC no caso do <i>Shopping Center</i> proprietário e mero locador do espaço utilizado para o estacionamento. ....	36
4.3 Da aplicação da teoria do risco-proveito na responsabilização do <i>Shopping Center</i> proprietário e mero locador do espaço utilizado para o estacionamento. ....	41
<b>5 DA TERCEIRA HIPÓTESE: SHOPPING CENTER NA CONDIÇÃO DE NÃO PROPRIETÁRIO E NÃO EXPLORADOR DO ESTACIONAMENTO CONTÍGUO</b> .....	45
<b>CONCLUSÃO</b> .....	50
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	52

## INTRODUÇÃO

A responsabilidade pelo fato do serviço está disciplinada no artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor, segundo o qual um serviço sempre será considerado defeituoso quando colocar em risco a saúde ou a segurança do consumidor, bem como quando contiver informações insuficientes sobre sua natureza e riscos.

Por ocasião da ocorrência de fato do serviço, a responsabilidade civil é objetiva, ou seja, não há necessidade de se aferir qualquer conduta culposa do fornecedor, mas, tão somente, o dano e o nexo causal.

Patente, assim, que o fornecedor, ao colocar determinado produto ou serviço no mercado, tem a obrigação de garantir que não oferecerão qualquer risco à saúde ou à segurança do consumidor, salvo aquele inerente ao produto ou ao serviço.

Vale dizer, os produtos e serviços devem ser adequados para o uso que deles se espera. Há, portanto, uma verdadeira garantia de segurança.

No estudo doravante desenvolvido, questionar-se-á a responsabilização dos *Shoppings Centers* pelos atos ilícitos perpetrados contra o consumidor, ocorridos nas dependências do estacionamento contíguo, ou seja, pelo fato do serviço ali ocorrido.

Hodiernamente, os *Shoppings Centers* estão comumente ligados a um estacionamento, fato este corroborado pela definição de *Shopping Center* do ICSC – *Internacional Council of Shopping Centers*:

*Shopping Center* é um grupo de varejo e outros estabelecimentos comerciais, planejado, desenvolvido e gerido como uma única propriedade, tipicamente equipado com um estacionamento particular à disposição.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Estados Unidos da América, Cidade de Nova York. ICSC – *Internacional Council of Shopping Centers*. Disponível em: <<http://www.icsc.org/research/references/c-shopping-center-definitions>> Acesso em 05.01.2014. 20:20. *A shopping center is a group of retail and other commercial*

Nesse sentido, a ABRASCE – Associação Brasileira de *Shoppings Centers* – assim dispõe:

A Abrasce considera shopping center os empreendimentos com Área Bruta Locável (ABL), normalmente, superior a 5 mil m<sup>2</sup>, formados por diversas unidades comerciais, com administração única e centralizada, que pratica aluguel fixo e percentual. Na maioria das vezes, dispõe de lojas âncoras e vagas de estacionamento compatível com a legislação da região onde está instalado.<sup>2</sup>

Ao se considerar esses grandes centros comerciais e a sua estrutura de atendimento ao público/consumidor, notadamente no que tange ao estacionamento, o presente tema apresenta notória relevância, haja vista que a falha na disponibilização desses serviços pode implicar graves repercussões, estejam estas consubstanciadas em danos ao patrimônio ou à vida do seu destinatário.

Não se pretende com esse trabalho esgotar a matéria, ou definir se há ou não, de forma inexorável, a responsabilização dos *Shoppings Centers*, e em que extensão, mormente porque o caso concreto pode ensejar soluções diversas.

Busca-se, na verdade, a análise dos diversos fundamentos utilizados para se responsabilizar ou isentar esses estabelecimentos pelos eventos ocorridos nos estacionamentos contíguos, sob uma ótica doutrinária e jurisprudencial.

Analisar-se-á, assim, a responsabilidade dos *Shoppings Centers* nas seguintes hipóteses: 1) *Shopping Center* na condição de proprietário do espaço físico do estacionamento, com a exploração dos serviços, de forma gratuita ou onerosa, por intermédio de empresa especializada nesses serviços; 2) *Shopping Center* na condição de proprietário e mero locador do espaço físico do estacionamento; e 3) *Shopping Center* na condição de não proprietário e não explorador do espaço físico do estacionamento contíguo.

---

*establishments that is planned, developed, owned and managed as a single property, typically with on-site parking provided.*

<sup>2</sup> Brasil. Cidade de São Paulo. Associação Brasileira de *Shopping Centers* – ABRASCE. Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/numeros-do-setor/definicoes-e-convencoes>> Acesso em: 13.8.2014. 21:02.

A importância de se avaliar a existência, ou não, de responsabilidade dos *Shopping Centers*, destaca-se, também se aplica a sua extensão.

Vale dizer, está a responsabilidade do *Shopping Center* adstrita aos danos perpetrados aos veículos do consumidor ou se estende àqueles danos causados a sua integridade física?

Nas mencionadas situações, verificar-se-á se os *Shoppings Centers* se responsabilizarão pelos danos produzidos nos estacionamentos contíguos, e em qual extensão, mormente sob a ótica do conceito de fornecedor; da expectativa legítima de segurança do consumidor; do princípio da confiança; da boa-fé objetiva; e da teoria do risco-proveito; à luz da pesquisa dogmática.

## 1 DO FATO DO SERVIÇO NOS ESTACIONAMENTOS E DA SUA EXTENSÃO

Antes de se adentrar à análise da responsabilidade dos *Shoppings Centers* pelos eventos danosos perpetrados nos estacionamentos contíguos contra sua clientela, nas hipóteses propostas por este trabalho, deve-se, primeiramente, conceituar esses eventos propriamente ditos.

Consignada essa delimitação conceitual, faz-se preeminente demarcar a sua extensão, doutrinária e jurisprudencial, que servirá como premissa para o estudo ora proposto.

### 1.1 Do fato do Serviço

Conforme brevemente exposto na introdução do presente trabalho, a responsabilidade pelo fato do serviço está disciplinada no artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor<sup>3</sup>, segundo o qual um serviço sempre será considerado defeituoso quando colocar em risco a saúde ou a segurança do consumidor, bem como quando contiver informações insuficientes sobre sua natureza e riscos.

Considerar-se-á fato do serviço, inclusive, não apenas quando houver risco à saúde ou a segurança do consumidor, mas também quando implicar um risco econômico ou uma violação aos bens do consumidor.

---

<sup>3</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos 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.

O doutrinador Hélio Zaghetto Gama corrobora esse posicionamento ao estender o conceito de fato do produto ou do serviço àquelas hipóteses em que for possível vislumbrar uma afronta à condição econômica dos consumidores:

Quando tratarmos da “Responsabilidade pelo Fato do Produto ou do Serviço”, estamos nos atendo aos chamados “acidentes de consumo”. Podem ser fatos que ocorram com os produtos ou serviços e que atinjam física ou economicamente aos consumidores. Podem ser fatos que ocorram com as pessoas ou os bens dos consumidores quando dos atos de consumir.<sup>4</sup>

Em igual sentido, os doutrinadores Cláudio Bonatto e Paulo Valério Dal Pai Moraes destacam que a responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço “abrange situações onde houvesse danos à incolumidade psíquica ou física do consumidor, bem como quando ocorressem prejuízos externos ao produto ou serviços utilizados<sup>5</sup>.

James Marins conclui, ainda, ao analisar detidamente o conceito de direito à segurança, que este “possui abrangência mais ampla do que os conceitos de direito à vida ou direito à incolumidade física ou mesmo psíquica, pois congloba além desses elementos pessoais conteúdo patrimonial”.<sup>6</sup>

O fato do serviço nos estacionamentos, portanto, engloba tanto a ofensa à incolumidade física ou psíquica do consumidor, quanto a violação ao seu patrimônio, qual seja, o seu veículo e eventuais bens ali integrados ou guardados.

Nessa hipótese, vale lembrar que a responsabilidade civil é objetiva, ou seja, não há necessidade de se aferir qualquer conduta culposa do fornecedor, mas, tão somente, o dano e o nexos causal, consoante destaca o ilustre professor Paulo Roque Khouri:

O CDC, simplesmente, no tocante à responsabilidade pelo fato do produto, rompe com a ideia de culpa e impõe ao fabricante, ao fornecedor de serviços, a obrigação de indenizar sempre que seus

---

<sup>4</sup> GAMA, Hélio Zaghetto. **Curso de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2001, p. 55.

<sup>5</sup> BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001, p. 114.

<sup>6</sup> MARINS, James. **Responsabilidade da Empresa pelo Fato do Produto**. Biblioteca de Direito do Consumidor. vol. 5. São Paulo: RT, 1993, p. 50-51.

produtos ou serviços causarem danos à saúde ou segurança dos consumidores. É o que se denomina acidente de consumo. Aqui, responsabiliza-se objetivamente o fornecedor, sem que tenha havido de sua parte qualquer culpa.<sup>7</sup>

Vale lembrar que o Código de Defesa do Consumidor norteia-se pela teoria do risco do empreendimento, na qual o fornecedor assume a responsabilidade de garante dos vícios ou defeitos dos bens e serviços oferecidos no mercado de consumo, independentemente da existência de culpa.<sup>8</sup>

Assim, eventuais falhas na prestação dos serviços, para fins de responsabilização, reger-se-ão por uma responsabilidade objetiva, fundada no risco da atividade, ou seja, basta a demonstração do evento danoso (com sua extensão) e do nexa causal, sem a necessidade de perquirir a existência de culpa<sup>9</sup>.

Patente, portanto, que o fornecedor, ao colocar qualquer produto ou serviço no mercado, tem a obrigação de garantir que não oferecerão quaisquer riscos à saúde ou segurança do consumidor, salvo aqueles que, eventualmente, sejam inerentes ao produto ou ao serviço.

A partir do momento em que o fornecedor, por meio de um serviço ou produto oferecido, coloca em risco a saúde ou a segurança, física e econômica, do consumidor, tem-se a ocorrência do acidente de consumo, o qual obriga o fornecedor a indenizá-lo, independente de culpa.

Os produtos e serviços devem ser adequados para o uso que deles se espera. Há uma verdadeira garantia de segurança, sendo possível afirmar, inclusive, a existência de um novo dever que foi instituído pelo Código de Defesa do Consumidor, um apêndice às atividades dos fornecedores.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> KHOURI, Paulo R. Roque. **Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 181.

<sup>8</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 484.

<sup>9</sup> ALMEIDA, João Batista de Almeida. **A proteção Jurídica do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p.84.

<sup>10</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de defesa do consumidor: arts. 1º a 74: Aspectos Materiais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 222.

Quando determinado consumidor adentra um estacionamento, erige-se em sua consciência uma expectativa legítima de que seu veículo e sua integridade física não serão violados. Caso frustrada essa expectativa, verificar-se-á o fato do serviço e um conseqüente e necessário dever de indenizar os prejuízos provenientes da falha que ensejou o acidente de consumo.

Tem-se, assim, um dever geral de confiança, que, dentro de uma relação de consumo, deve preceder o fornecimento de qualquer serviço no mercado<sup>11</sup>.

## 1.2 Da extensão do fato do Serviço

Consignado o seu conceito, questiona-se se a responsabilidade pelo fato do serviço ocorrido em um estacionamento estaria adstrita aos danos perpetrados ao veículo ali estacionado, ou, também, aos danos ocasionados à integridade física de seu proprietário.

É importante lembrar que a Súmula 130<sup>12</sup> do Superior Tribunal de Justiça consolidou a responsabilidade da empresa responsável pelo estacionamento perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículos ali ocorridos.

Segundo a linha de entendimento da mencionada súmula, verifica-se a existência de um contrato verbal de depósito, no qual determinada pessoa – depositário – recebe, para guardar, um objeto móvel alheio, com a obrigação de restituí-lo quando o depositante reclamar<sup>13</sup>, além de ser responsável pelos danos causados à coisa.

Em paralelo a esse fundamento, argumenta-se a existência de uma figura contratual similar, porém, mais específica, qual seja, o contrato de estacionamento ou garagem, cuja obrigação cinge-se à guarda e custódia do veículo do consumidor

---

<sup>11</sup> KHOURI, Paulo R. Roque. Direito do Consumidor: **Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005, p. 68.

<sup>12</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Súmula 130: A empresa responde, perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículo ocorridos em seu estacionamento.

<sup>13</sup> RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil: Dos Contratos e das Declarações Unilaterais de Vontade**. vol. 3. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 271.

em local apropriado, durante certo tempo e mediante uma contraprestação em dinheiro<sup>14</sup>, sem a previsão da responsabilização por danos físicos ao consumidor.

Assim, há fundamentos para se admitir a limitação da responsabilidade da empresa gestora do estacionamento tão somente pelos prejuízos porventura causados ao veículo ali depositado.

Nessa toada, considerar-se-ia o dano à integridade física do consumidor um caso fortuito externo, ou seja, aquele fato que não guarda relação de causalidade com a atividade do fornecedor<sup>15</sup>.

Noutro norte, segundo a ótica contratual hodierna, subsistiria um dever anexo (secundário) de proteção, corolário do princípio da boa-fé objetiva, que se circunscreve à tutela de outro interesse, não identificado na prestação principal, porém passível de ser lesado<sup>16</sup>.

Deste modo, restaria mantida a obrigação de proteger a integridade física do consumidor, enquanto o vínculo contratual do contrato de estacionamento ou de depósito perdurasse.

Em adição a essa última tese, o dever de indenizar adviria da assunção dos riscos da atividade de administração de estacionamento, sobretudo ao se considerar os altos índices de sequestro relâmpago ocorridos nos estacionamentos privados e públicos nos últimos tempos<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> VIANA, Michelle Pimenta. Contrato de Estacionamento. **Cidadania e Justiça [Revista do Curso de Direito de Ituiutaba]**, v. 6, n. 11, jan./jul. 2003, p. 100.

<sup>15</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 185.

<sup>16</sup> SOMBRA, Thiago Luís Santos. **Adimplemento Contratual e Cooperação do Credor**. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 44.

<sup>17</sup> BRASIL. Distrito Federal. Secretaria de Segurança Pública do Distrito Federal: De janeiro a março do ano de 2013, foram registrados 133 sequestros-relâmpago e seis latrocínios – roubos seguidos de morte – em estacionamentos públicos e privados de Brasília. Foram roubados 847 veículos. Os dados da secretaria ainda apontam que, a cada dia, em média, 13 veículos têm rodas e estepes furtados em estacionamentos do DF. Superior Tribunal de Justiça. Brasília. Disponível em: <[http://www.stj.gov.br/portal\\_stj/publicacao/engine.wsp?tmp.area=448&tmp.texto=109351](http://www.stj.gov.br/portal_stj/publicacao/engine.wsp?tmp.area=448&tmp.texto=109351)> Acesso em: 1º.5.2013. 19:57.

A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, ao seu turno, compreende a responsabilização pelos danos causados ao consumidor em duas situações distintas, baseadas na figura do fornecedor: o fornecedor cuja atividade fim é o estacionamento; e o fornecedor que utiliza o estacionamento como meio de captação de clientela.

No primeiro caso – fornecedor cuja atividade fim é o estacionamento –, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça repisa o argumento de que a empresa exploradora dos serviços de estacionamento responsabiliza-se pelo roubo e furto ocorridos em suas nas dependências, no entanto, sem expressamente excluir a sua responsabilidade pela integridade física do cliente<sup>18</sup>.

Não obstante, a Ministra Nancy Andrighi, no Recurso Especial 1.232.795/SP, nesse diapasão, deixou estreme de dúvidas que “[a]o estacionamento de veículo particular e autônomo (...) não se pode imputar a responsabilidade pela segurança individual do cliente”.<sup>19</sup>

No segundo caso – fornecedor que utiliza o estacionamento como meio de captação de clientela –, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça é majoritária no sentido de que a atividade de estacionamento destina-se justamente ao oferecimento de um espaço seguro aos seus usuários, motivo pelo qual não comporta a alegação de caso fortuito ou força maior nos eventos que afrontem a integridade física destes<sup>20</sup>. Insere-se, nessa hipótese, o *Shopping Center*.

---

<sup>18</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 976.531/SP, Rel. Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 23/02/2010, DJe 08/03/2010; Recurso Especial 303.776/SP, Rel. Ministro Aldir Passarinho Junior, Quarta Turma, julgado em 03/04/2001, DJ 25/06/2001, p. 195; Recurso Especial 131.662/SP, Rel. Ministro Aldir Passarinho Junior, Quarta Turma, julgado em 17/08/2000, DJ 16/10/2000, p. 312; Recurso Especial 57.712/RJ, Rel. Ministro Ruy Rosado De Aguiar, Quarta Turma, julgado em 11/04/1995, DJ 29/05/1995, p. 15524;

<sup>19</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 1232795/SP, Rel. Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 02/04/2013, DJe 10/04/2013.

<sup>20</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Agravo em Recurso Especial 188.113/RJ, Rel. Ministro João Otávio De Noronha, Terceira Turma, julgado em 01/04/2014, DJe 07/04/2014; Agravo Regimental no Agravo em Recurso Especial 376.268/SP, Rel. Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma, julgado em 18/02/2014, DJe 06/03/2014; Embargos de Divergência em Recurso Especial 419.059/SP, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Segunda Seção, julgado em 11/04/2012, DJe 12/06/2012; Recurso Especial 1100571/PE, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 07/04/2011, DJe 18/08/2011; Recurso Especial 582.047/RS, Rel. Ministro Massami Uyeda, Terceira Turma, julgado em 17/02/2009, DJe 04/08/2009.

Destarte, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, instância máxima de análise da legislação infraconstitucional, na medida em que assegurou o ressarcimento do consumidor pelos danos por este suportados, assegurou também a proteção àquelas empresas cuja atividade fim limita-se à proteção patrimonial do bem sob sua custódia.

Permite-se, assim, a correlação entre o princípio da reparação integral, previsto no artigo 944<sup>21</sup> do Código Civil, consubstanciado na máxima francesa *tout le dommage mais rien que le dommage*, e o desenvolvimento das empresas que não inserem em seus custos mecanismos de proteção à incolumidade física do consumidor, porquanto dissociados de sua atividade.

Apesar do entendimento jurisprudencial quanto à responsabilidade dos *Shopping Centers*, faz-se necessário analisá-la em três situações distintas e recorrentes no cotidiano empresarial, quais sejam: 1) *Shopping Center* na condição de proprietário do espaço físico do estacionamento, com a exploração dos serviços, de forma gratuita ou onerosa, por intermédio de empresa especializada nesses serviços; 2) *Shopping Center* na condição de proprietário e mero locador do espaço físico do estacionamento; e 3) *Shopping Center* na condição de não proprietário e não explorador do espaço físico do estacionamento contíguo.

Somente após uma análise detida dessas hipóteses, poder-se-á se verificar se os *Shopping Centers* serão sempre responsabilizados pelo fato do serviço ocorrido no estacionamento contíguo; e, em caso positivo, se os *Shopping Centers* estarão submetidos ao entendimento majoritário do Superior Tribunal de Justiça quanto à obrigatoriedade de se indenizar o consumidor pela violação de sua integridade física durante a vigência do contrato de estacionamento ou de depósito; o que doravante se pretende estudar.

---

<sup>21</sup> BRASIL. Código Civil de 2002. Art. 944. A indenização mede-se pela extensão do dano.

## 2 DA RESPONSABILIDADE DOS *SHOPPING CENTERS* PELO FATO DO SERVIÇO OCORRIDO NO ESTACIONAMENTO CONTÍGUO

Ultrapassadas as considerações acerca do conceito de fato do serviço e o seu alcance quanto aos fornecedores que se propõem a aceitar a materialização desse risco em sua atividade, passa-se a analisar a responsabilidade dos *Shoppings Centers* nas hipóteses propostas por este trabalho, a partir de uma análise de seu conceito e posição no mercado.

### 2.1 Do conceito de *Shopping Center* e da sua posição no mercado

Primeiramente, cumpre destacar que o *Shopping Center* consiste, nos termos *ICSC – Internacional Council of Shopping Centers* –, em um grupo de varejo e outros estabelecimentos comerciais, planejado, desenvolvido e gerido como uma única propriedade, tipicamente equipado com um estacionamento particular à disposição.<sup>22</sup>

Nesse sentido, ainda, a ABRASCE – Associação Brasileira de *Shoppings Centers* – assim dispõe:

A Abrasce considera shopping center os empreendimentos com Área Bruta Locável (ABL), normalmente, superior a 5 mil m<sup>2</sup>, formados por diversas unidades comerciais, com administração única e centralizada, que pratica aluguel fixo e percentual. Na maioria das vezes, dispõe de lojas âncoras e vagas de estacionamento compatível com a legislação da região onde está instalado.<sup>23</sup>

Tem-se, portanto, que o próprio conceito de *Shopping Center* destaca a existência de um estacionamento contíguo em sua estrutura comercial.

Caio Mário da Silva Pereira, nessa senda, leciona que, ao se levar em consideração que a freguesia mais numerosa é composta por pessoas de classe

<sup>22</sup> Estados Unidos da América, Cidade de Nova York. *ICSC – Internacional Council of Shopping Centers*. Disponível em: <<http://www.icsc.org/research/references/c-shopping-center-definitions>> Acesso em 05.01.2014. 20:20. *A shopping center is a group of retail and other commercial establishments that is planned, developed, owned and managed as a single property, typically with on-site parking provided.*

<sup>23</sup> Dados fornecidos pela Associação Brasileira de *Shopping Centers* – ABRASCE, Brasil, Cidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/numeros-do-setor/definicoes-e-convencoes>> Acesso em: 13.8.2014. 21:02.

média, as quais utilizam para locomoção carro unipessoal ou unifamiliar, os *Shoppings Centers* se deparam com uma necessidade de oferecer amplos estacionamentos para veículos.<sup>24</sup>

A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, em consonância com o conceito acima, já perfilhou o entendimento de que o estacionamento é um diferencial estabelecido entre o *Shopping Center* e os demais centros comerciais, cujo escopo reside na atração dos consumidores.<sup>25</sup>

Em razão desse diferencial, evidenciou-se, sobretudo no Brasil, em que há uma grande quantidade de *Shopping Centers* – 503 centros de compras (dados de julho de 2014) –, uma migração dos consumidores para esse nicho de varejo, que recebe, em média, 415 milhões de pessoas por mês<sup>26</sup>.

Assim, diante desse cenário macroeconômico, no qual as relações consumeristas apresentam forte tendência de se fixarem nos *Shoppings Centers*, exsurge uma necessidade de se consignar as responsabilidades por estes assumidas, notadamente no que diz respeito aos estacionamentos contíguos, os quais proporcionam a estes estabelecimentos maiores chances de captação de clientela.

## 2.2 Das hipóteses de análise da responsabilidade dos *Shopping Centers*

Conforme já delineado inicialmente, analisar-se-á, na primeira hipótese, a responsabilidade do *Shopping Center* que figura na condição de proprietário e explorador dos serviços de estacionamento, por intermédio de empresas especializadas para tanto.

---

<sup>24</sup> PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Shopping Centers – Organização Econômica e Disciplina Jurídica*. In: TEPEDINO, Gustavo; FACHIN, Luiz Edson. **Doutrinas Essenciais: Obrigações e Contratos**. vol. 5. São Paulo: RT, 2011, p. 614.

<sup>25</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 419.059 SP 2002/0021402-6, Rel. Ministra Nancy Andrighi, julgado em 18/10/2004, Terceira Turma, DJ 29.11.2004, p. 315, RSTJ vol. 188 p. 339.

<sup>26</sup> BRASIL. Cidade de São Paulo. Associação Brasileira de *Shopping Centers* – ABRASCE. Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/numeros-do-setor/evolucao-do-setor>> Acesso em: 28.7.2014. 21:45.

Vale dizer, haverá nessa primeira hipótese, um contrato de prestação de serviços, celebrado entre uma empresa especializada na gestão de estacionamentos, cuja prestação será os serviços de estacionamento, e o *Shopping Center*, cuja contraprestação se limitará à remuneração por estes serviços.

Na segunda hipótese, avaliar-se-á a responsabilidade daquele *Shopping Center* que se reveste do papel de proprietário e mero locador do espaço destinado ao estacionamento.

Ou seja, haverá um contrato de locação celebrado entre o *Shopping Center*, cuja prestação será a cessão de uso do espaço destinado ao estacionamento, e a empresa exploradora da atividade de estacionamento, cuja contraprestação será o pagamento do aluguel desse espaço.

Por derradeiro, estudar-se-á a situação daquele *Shopping Center* que não se encontra na condição de proprietário de estacionamento; de explorador dos serviços de estacionamento; ou de mero locador de um espaço físico destinado a esta atividade.

Trata-se da hipótese dos Centros Comerciais próximos a estacionamentos públicos, vale dizer, do *Shopping Center* cuja clientela guarda o seu veículo em uma área pública, fora da ingerência deste estabelecimento.

### 3 DA PRIMEIRA HIPÓTESE: *SHOPPING CENTER* NA CONDIÇÃO DE PROPRIETÁRIO DO ESPAÇO FÍSICO DESTINADO AO ESTACIONAMENTO E EXPLORADOR DESSA ATIVIDADE

Verifica-se comumente no mercado inúmeros *Shopping Centers* cuja capacidade econômica os permite não apenas utilizar determinado terreno para a construção do seu Centro Comercial, mas também fracioná-lo, para a constituição de um espaço destinado à recepção de sua clientela.

Trata-se, portanto, de uma grande área comercial à qual é agregado um espaço para o estacionamento dos veículos de seus consumidores.

Nesse cenário, dificilmente o *Shopping Center* contratará funcionários para realizar a gestão e funcionamento do seu estacionamento, haja vista os riscos trabalhistas nesse sentido, além da dificuldade de se manter a qualidade e supervisão dos serviços desses profissionais.

Nesse sentido, João Marcos Alves Costa, doutrina especializada na implantação de *Shoppings Centers*, destaca, no tocante à equipe recém-contratada de funcionários destinados ao estacionamento: aqueles que deveriam passar as informações e orientar o público são, na realidade, os que mais precisam de orientação<sup>27</sup>.

Preferem esses Centros, ao invés disso, a contratação de uma empresa especializada nesses serviços.

Ou seja, tem-se a figura de um prestador de serviços de gerenciamento de estacionamento, cuja atividade, além de ser qualificada, reduzirá os riscos trabalhistas da contratação direta de funcionários voltados a essa prática.

O *Shopping Center*, portanto, poderá explorar essa atividade mediante a divisão, negociada entre as partes, do percentual de lucro auferido na execução desses serviços de estacionamento.

---

<sup>27</sup> COSTA, João Marcos Alves. **Shopping Center: Do Projeto ao Champagne**. 1. ed. Curitiba: Juruá, 2013, p. 76.

No entanto, faz-se preeminente avaliar se a utilização desse modelo comercial eximirá o *Shopping Center* dos riscos que essa atividade atrai, ou não, sobretudo porque é parte integrante dessa cadeia de fornecimento.

### 3.1 O *Shopping Center* na condição de fornecedor

Inicialmente, é importante destacar que o *Shopping Center*, ao explorar a atividade de estacionamento por intermédio de uma empresa especializada para tanto, se insere na condição de fornecedor desse serviço, nos termos do artigo 3º<sup>28</sup> do Código de Defesa do Consumidor.

O artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, em sua essência, “especifica que o sistema de proteção ao consumidor considera como fornecedores todos os que participam da cadeia de fornecimento de produtos e da cadeia de fornecimento de serviços (...) não importando sua relação direta ou indireta, contratual ou extracontratual, com o consumidor”<sup>29</sup>.

Sérgio Cavalieri Filho corrobora esse posicionamento ao atribuir ao consumidor a prerrogativa de acionar qualquer fornecedor que tenha participado da prestação do serviço. Confira-se:

(...) toda vez que o CDC refere-se a fornecedor está envolvendo todos aqueles que participaram da prestação do serviço, pelo que poderá o consumidor escolher acionar diretamente qualquer dos envolvidos.<sup>30</sup>

Ressalta-se que o fundamento dessa responsabilidade é o princípio da confiança, que supera a estrita divisão entre a responsabilização dos indivíduos

---

<sup>28</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Art. 3º: Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

<sup>29</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Campo de Aplicação do CDC. In: **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: RT, 2010, p. 103.

<sup>30</sup> CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 517.

ligados ou não por vínculos contratuais, tendo em vista a proteção efetiva da saúde e segurança dos consumidores<sup>31</sup>.

Tem-se, portanto, que fornecedor não é apenas aquele que fornece bens e serviços diretamente ao consumidor, mas também aquele que o faz de forma intermediária<sup>32</sup>, como é o caso dos *Shopping Centers* que se utilizam de um prestador de serviços especializado na exploração da atividade de estacionamento.

Se os *Shoppings Centers* são considerados fornecedores dos serviços de estacionamento, logo, deve-se admitir a sua responsabilização pelos fatos do serviço porventura decorrentes dessa atividade.

Não obstante, restaria dúvida quanto à extensão dessa responsabilidade, ou seja, cingir-se-ia aos danos de ordem material perpetrados ao veículo do consumidor, ou também aos danos causados à incolumidade física do consumidor?

Nesse sentido, ao considerar o *Shopping Center* como um fornecedor, poder-se-ia tentar inseri-lo na condição de uma empresa exploradora dos serviços de estacionamento, com o escopo de atrair a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça que restringe a responsabilidade aos danos causados ao veículo estacionado<sup>33</sup>.

Tal ilação faz-se possível na medida em que se realiza uma análise da cadeia de fornecimento da prestação dos serviços de estacionamento.

Ao se admitir uma cadeia comercial complexa destinada à guarda dos veículos dos consumidores, a responsabilidade deve ser analisada como um todo, com o intuito de se evitar que duas empresas possam apresentar encargos diferentes, quando comum o escopo entre estas.

---

<sup>31</sup> MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, 2008, p. 293.

<sup>32</sup> ALMEIDA, João Batista de. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2000, p. 41.

<sup>33</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Agravo em Recurso Especial 744.455/GO, Rel. Ministro Humberto Gomes De Barros, Terceira Turma, julgado em 14/11/2007, DJ 26/11/2007, p. 166; Recurso Especial 189.077/MG, Rel. Ministro Carlos Alberto Menezes Direito, Terceira Turma, julgado em 18/11/1999, DJ 15/05/2000, p. 158.

Caso se permita a responsabilização do *Shopping Center* pelo fato do serviço relacionado à incolumidade física do consumidor, nas hipóteses de sequestro relâmpago, por exemplo, ampliar-se-ia também à empresa prestadora de estacionamento essa responsabilidade.

Note-se que a extensão dessa responsabilidade pelos atos praticados contra à integridade física do consumidor é proveniente da solidariedade instituída pelo Código de Defesa do Consumidor aos fornecedores, em seu no artigo 7º, parágrafo único<sup>34</sup>.

O ilustre doutrinador Carlos Alberto Bittar repisa esse entendimento ao afirmar que a “responsabilidade é estendida, solidariamente, a todos os que compõe o elo básico na colocação de produtos ao mercado quando autores da ofensa”.<sup>35</sup>

Decerto, poderá a empresa prestadora do serviço de estacionamento ajuizar uma ação de regresso em desfavor do *Shopping Center* – sobretudo em razão da inexistência de denúncia à lide nas demandas consumeristas –, sob os auspícios da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, que limita a sua responsabilidade aos danos relacionados ao veículo estacionado.

Augusto Zenum corrobora essa possibilidade ao mencionar o artigo 13, parágrafo único<sup>36</sup>, do Código de Defesa do Consumidor, no sentido de conferir ao responsável pelo pagamento do prejuízo demandar em regresso os demais responsáveis, conforme a participação de cada um no evento danoso, isto é, “o comerciante ou qualquer outra pessoa que pagar, mediante prova deste pagamento,

---

<sup>34</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Artigo 7. Parágrafo único: Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

<sup>35</sup> BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do Consumidor**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, p. 72.

<sup>36</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Artigo 13. Parágrafo único: Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

o valor da indenização, poderá acionar outros que tenham participado na causa do dano ou prejuízo”<sup>37</sup>.

No entanto, essa manobra judicial implica elevados custos e tempo para a devida consecução do entendimento previsto na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, o que, certamente, influenciará no custo final dos serviços de estacionamento, a ser suportado pelo próprio consumidor.

Também o *Shopping Center* apresentaria elevados prejuízos, o que implicaria a elevação do aluguel de suas lojas e, por conseguinte, do preço final dos produtos destinados ao consumidor.

Nessa linha de raciocínio, com mais razão se afiguraria necessário responsabilizar o *Shopping Center* na mesma medida em que se responsabiliza a empresa prestadora do serviço de estacionamento, ou seja, tão somente com relação aos danos perpetrados aos veículos dos consumidores.

Trata-se da correlação, mencionada no início deste trabalho, entre o princípio da reparação integral, previsto no artigo 944<sup>38</sup> do Código Civil, consubstanciado na máxima francesa *tout le dommage mais rien que le dommage*, e o desenvolvimento econômico das empresas que não inserem em seus custos mecanismos de proteção à incolumidade física do consumidor, porquanto dissociados de sua atividade.

### **3.2 Da legítima expectativa de segurança do consumidor – princípio da confiança**

Em contraposição à conclusão acerca da responsabilidade dos *Shoppings Centers* se limitar aos danos perpetrados ao veículo do consumidor, haja vista a sua condição de fornecedores dos serviços de estacionamento e a correlação dessa condição com a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, faz-se necessário analisar o cenário global no qual esses grandes Centros Comerciais estão inseridos.

---

<sup>37</sup> ZENUM, Augusto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999, p. 32.

<sup>38</sup> BRASIL. Código Civil de 2002. Art. 944. A indenização mede-se pela extensão do dano.

Atualmente, o estacionamento, além de ser ínsito à própria existência e estrutura do *Shopping Center*, desempenha o papel de instrumento de captação de clientela, na medida em que transmite claramente ao consumidor a ideia de segurança, melhor delineada nas palavras de Cristiano Chaves de Farias:

Sem dúvida, transmite-se ao consumidor um convite aberto e massificado (por campanhas publicitárias intensas e praticamente ininterruptas em *outdoor*, 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 tranquilidade e segurança contra assaltos, furtos ou mesmo aborrecimentos. Vende-se facilidade e segurança.<sup>39</sup>

Nesse sentido, ainda, Rui Stoco leciona que uma das maiores atrações que os *Shoppings Centers* oferecem é justamente a facilidade e a comodidade para estacionar, com a finalidade de atrair clientes para esse meio<sup>40</sup>.

Ozéias J. Santos corrobora essa ideia na doutrina ao propugnar que os *Shoppings Centers* destacam em suas publicidades a colocação à disposição de sua clientela enormes áreas destinadas ao estacionamento de veículos, com ênfase em uma segurança que permite a garantia da tranquilidade dos seus usuários<sup>41</sup>.

Rosana Grinberg afirma que os *Shoppings Centers* atraem sua clientela com o oferecimento de conforto e segurança, daí decorrendo o dever de assegurar a incolumidade física e patrimonial dos usuários, dentro de suas lojas e em todos os serviços que oferece, fundamentando-se o dever de indenizar os riscos da atividade<sup>42</sup>.

Nesse cenário, o consumidor contrata os serviços de estacionamento, mediante o pagamento de contraprestação pecuniária, com o intuito de assegurar a proteção de seu veículo e de sua própria incolumidade física, de modo que possa

---

<sup>39</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de. Responsabilidade Civil dos Shopping Centers por Danos Causados em seus Estacionamentos: Um brado contra a indevida informação. **Revista de Direito Privado**: v. 6, n. 21, jan./mar., 2005, p. 70.

<sup>40</sup> STOCO, Rui. **Tratado de Responsabilidade Civil**. 6.ed. São Paulo: RT, 2004, p. 717.

<sup>41</sup> SANTOS, Ozéias J. **Furto de Veículos em Estacionamentos: Responsabilidade Civil**. São Paulo: Péritas, 1999, p. 57.

<sup>42</sup> GRINBERG, Rosana. Fato do Produto ou do Serviço: Acidentes de Consumo. **Revista de Direito do Consumidor**: v. 9, n. 35, jul./nov. 2000.

realizar as suas compras com a certeza de que retornará ao seu veículo em segurança.

Há, nessa hipótese, uma expectativa legítima de segurança – na condição de valor social explicativo e garante da vinculação jurídica<sup>43</sup> – e um conseqüente dever da empresa de correspondê-la.

É o princípio da confiança, aliás, que garante ao consumidor a adequação do produto e do serviço, para evitar riscos e prejuízo oriundos destes<sup>44</sup>.

Exsurge, deste modo, na hodierna conjuntura consumerista, uma preocupação com a proteção da integridade físico-psíquica do consumidor que a legitimamente espera e confia que todos os responsáveis na cadeia de fornecimento não descuidarão em assegurá-la.

Assim, os *Shoppings Centers* devem colaborar na prestação dos serviços de estacionamento disponibilizados, não apenas com a contratação de uma empresa especializada para tanto, prática esta disseminada no mercado, mas com uma rigorosa fiscalização e controle de seu funcionamento, para assegurar que sejam prestados de forma satisfatória e incólume de falhas.

João Marcos Alves Costa, em doutrina especializada na implantação de *Shopping Centers*, destaca a importância de um sistema de vigilância, qual seja o CFTV do *parking*, que deve possuir 4 ou 5 câmeras por *gate* (cancela) de entrada e saída. Menciona, ainda, que as câmeras deverão estar posicionadas para filmar o rosto do condutor e o painel do veículo.<sup>45</sup>

Nesse cenário, não importa se a exploração do estacionamento ocorre de forma gratuita ou onerosa, vale dizer, “se somente uma das partes sofre um sacrifício patrimonial, enquanto a outra apenas obtém um benefício” ou se “uma das

---

<sup>43</sup> COSTA, Judith Martins. Os Campos Normativos da Boa-Fé Objetiva: As Três Perspectivas do Direito Privado Brasileiro. **Revista Forense**: v. 101, n. 382, nov./dez. 2005.

<sup>44</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIM, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: Arts. 1º a 74 Aspectos Materiais**. São Paulo: RT, 2004, p. 226.

<sup>45</sup> COSTA, João Marcos Alves. **Shopping Center: Do Projeto ao Champagne**. 1. ed. Curitiba: Juruá, 2013, P. 76.

partes sofre um sacrifício patrimonial, ao qual corresponde uma vantagem que pleiteia<sup>46</sup>.

Importa, na verdade, verificar se a expectativa legítima de segurança do consumidor foi atendida, ou não, pois, caso não a tenha sido, exsurgerà o dever do *Shopping Center* de responder pelos prejuízos decorrentes dessa quebra do dever de confiança.

Carlos Roberto Gonçalves destaca, ainda, que o estacionamento no *Shopping Center* não é uma gentileza, porquanto se afigura como parte essencial do negócio explorado por esse nicho de mercado:

Ele existe como parte essencial do negócio, gerando para o cliente uma verdadeira expectativa de guarda, isto é, a certeza de que é melhor frequentar o *shopping center* para compra ou lazer, pela segurança e facilidades oferecidas, dentre as quais está o estacionamento<sup>47</sup>

Afasta-se, assim, qualquer diferença de tratamento entre a prestação do serviço de estacionamento gratuito ou oneroso, haja vista que o fundamento para a responsabilização do *Shopping Center* será o princípio da confiança.

É interessante concluir, nesse ponto, que o princípio da confiança é utilizado tanto para responsabilizar o *Shopping Center* apenas pelos prejuízos de ordem material causados ao consumidor, quanto para fundamentar a sua responsabilidade pelos danos causados à integridade física deste.

No primeiro caso, o princípio da confiança assegura a condição de fornecedor do *Shopping Center*, que o caracterizaria como explorador da atividade de estacionamento, conforme exposto no tópico anterior.

Assim, segundo a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, haveria a responsabilização tão somente pelos danos materiais existentes, porquanto não comporta essa atividade específica indenização por quaisquer outros tipos de danos.

---

<sup>46</sup> RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil: Dos Contratos e das Declarações Unilaterais de Vontade**. 30. ed. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 31.

<sup>47</sup> GONÇALVES, Carlos Roberto. **Responsabilidade Civil**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2003, p. 436-437.

No segundo caso, o mesmo princípio da confiança obriga o *Shopping Center* a corresponder à legítima expectativa de segurança erigida no consumidor por meio de meios publicitários. Haveria, portanto, a responsabilização do *Shopping*, quando frustrada essa expectativa.

Em qualquer caso, no entanto, vale destacar que o princípio da confiança não implica uma segurança absoluta, sobretudo porque o Código de Defesa do Consumidor não proíbe a inserção no mercado de produtos ou serviços naturalmente perigosos. Questiona-se, em cada caso, se haverá uma falha da segurança legitimamente esperada<sup>48</sup>.

### 3.3 Da boa-fé objetiva

Poder-se-ia alegar também que a responsabilidade pelos estacionamentos decorreria de uma cláusula geral de boa-fé objetiva, consubstanciada nos deveres secundários ou laterais decorrentes da constituição de relações negociais, a saber: os deveres de cooperação, transparência, lealdade, cooperação mútua e assistência técnica, necessários ao estabelecimento de um equilíbrio nas relações de consumo e a uma prestação adequada dos serviços em consonância com a expectativa do consumidor.<sup>49</sup>

Importa lembrar que a violação de alguns dos deveres secundários da relação jurídica caracteriza a quebra positiva do contrato e enseja a responsabilidade de quem assim se comportou.<sup>50</sup>

Vale frisar que a boa-fé objetiva é um modelo principiológico que visa garantir a ação e/ou conduta sem qualquer abuso ou obstrução ou, ainda, lesão à outra parte envolvida na relação, com o intuito de gerar uma atitude cooperativa capaz de realizar o objetivo colimado na relação jurídica legitimamente

---

<sup>48</sup> MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: RT, 2013, p. 436-437.

<sup>49</sup> LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: RT, 2001, p.104.

<sup>50</sup> LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: RT, 2001, p.104.

estabelecida<sup>51</sup>, a qual se traduz, no presente caso, na segurança do consumidor nos estacionamentos dos *Shopping Centers*.

Percebe-se, assim, que a boa-fé atua como uma cláusula geral do comportamento intersubjetivo na relação obrigacional, coligada a uma cooperação deontológica e ao *standard* da probidade ou correção dos negócios, estes últimos norteados pela finalidade econômico-social e pelo respeito à legítima confiança – valor social explicativo e garante da vinculação jurídica<sup>52</sup>.

Menezes Cordeiro reafirma esse posicionamento ao dizer que a colaboração é informada pelos valores próprios da ordem jurídico-econômica inserida em determinada sociedade<sup>53</sup>.

A boa-fé objetiva, nota-se, é a gênese de um dever acessório de cooperação, que deve ser entendido dentro de uma ótica jurídico-econômica coetânea e em observância à legítima confiança do consumidor.

Poder-se-ia sustentar, portanto, em razão desses elementos, um dever de garantia do patrimônio e da pessoa do usuário do estacionamento, advindo da concepção ética que se exige dos contratantes no Direito Privado contemporâneo, que independerá da preexistência de um contrato de depósito<sup>54</sup>.

Nesse diapasão, o voto do Ministro Ruy Rosado de Aguiar, no Resp 107.211/SP, de sua relatoria, julgado em 03/12/1996, sustenta a incidência da boa-fé objetiva na responsabilidade do *Shopping Center* em razão do estacionamento que o integra. Confira-se:

---

<sup>51</sup> NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 180.

<sup>52</sup> COSTA, Judith Martins. Os Campos Normativos da Boa-Fé Objetiva: As Três Perspectivas do Direito Privado Brasileiro. **Revista Forense**: v. 101, n. 382, nov./dez. 2005.

<sup>53</sup> A.M. Menezes Cordeiro. Direito das Obrigações. Lisboa: Associação Acadêmica da Faculdade de Direito de Lisboa. 1980, vol. 1, p. 143 In: COSTA, Judith Martins. Os Campos Normativos da Boa-Fé Objetiva: As Três Perspectivas do Direito Privado Brasileiro. **Revista Forense**: v. 101, n. 382, nov./dez. 2005.

<sup>54</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de. Responsabilidade Civil dos Shopping Centers por Danos Causados em seus Estacionamentos: Um brado contra a indevida informação. **Revista de Direito Privado**: v. 6, n. 21, jan./mar., 2005, p. 70-73.

(...) 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.<sup>55</sup>

Tem-se, portanto, que a boa-fé está relacionada a fatores externos, voltados para a confiança do consumidor na conduta a ser praticada por seu fornecedor, de acordo com padrões de conduta socialmente recomendados, tais como lisura, correção e honestidade, a fim de assegurar a estabilidade na relação consumerista.<sup>56</sup>

Por outro lado, deve-se lembrar que a boa-fé não é apenas um conceito ético, mas também econômico, vale dizer, segundo as palavras do próprio Ministro Ruy Rosado de Aguiar, é um conceito que está “ligado à funcionalidade econômica do contrato e a serviço da finalidade econômico-social que o contrato persegue”.<sup>57</sup>

O Código de Defesa do Consumidor, nessa toada, destaca que a boa-fé, na condição de interventora da economia contratual, deve harmonizar os interesses de ambos os lados da relação consumidor-fornecedor.<sup>58</sup>

Exige-se das partes, assim, um comportamento que garanta a satisfação dos objetivos do contrato e as expectativas justas de ambos os envolvidos.<sup>59</sup>

Em outras palavras, faz-se necessário ponderar os interesses econômicos dos *Shopping Centers* que exploram a atividade de estacionamentos, com a legítima expectativa dos consumidores que usufruem desse serviço.

---

<sup>55</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 107.211/SP, Rel. Ministro Ruy Rosado De Aguiar, Quarta Turma, julgado em 03/12/1996, DJ 03/02/1997, p. 740.

<sup>56</sup> MARTINS, Plínio Lacerda. **O Abuso nas Relações de Consumo e o Princípio da Boa-Fé**. Rio de Janeiro: Forense, 2002, p.88.

<sup>57</sup> AGUIAR, Ruy Rosado de. A Boa-fé nas Relações de Consumo. **Revista Direito do Consumidor**. v. 14. São Paulo: RT, 1995, p. 22.

<sup>58</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Artigo 4º. Inciso III: harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.

<sup>59</sup> KHOURI, Paulo R. Roque. **Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005, p. 68.

Assim, a despeito da legítima expectativa do consumidor acima mencionada, não se afiguraria desarrazoado inserir o *Shopping Center* na hipótese vislumbrada pela jurisprudência em que há tão somente a responsabilização apenas pelos danos ocorridos aos veículos.

Tal ilação é possível, na medida em que a cessação do dever de indenizar os danos causados à integridade física do consumidor poderia ser compensada com a não redistribuição desses custos, seja no próprio serviço de estacionamento, seja nos produtos comercializados nas lojas do *Shopping Center*.

Exsurge daí uma nova forma de se tutelar a confiança, com a alteração da tradicional importância conferida às atitudes psíquicas singulares, concretas e individuais dos contratantes, à sua “vontade”, em síntese. Vale perguntar, “as cláusulas ajustadas correspondem, ou não, ao modo de se comportar das pessoas de bem, segundo o juízo crítico da sociedade”?<sup>60</sup>

Ao sedimentar esse juízo crítico da sociedade, o Superior Tribunal de Justiça, conforme já mencionado neste trabalho, dividiu a responsabilidade pelo fato do serviço ocorrido nos estacionamentos em duas hipóteses: Na primeira, a empresa que explora esses serviços como atividade-fim é responsabilizada pelos danos ocorridos aos veículos. Na segunda hipótese, a empresa que os utiliza como meio de captação de clientela responde, inclusive, pela integridade física do consumidor.

Caso admitida a inserção do *Shopping Center* na segunda hipótese, já demonstrou-se, neste trabalho, que a empresa de estacionamento acabaria por ser igualmente responsabilizada, e que os custos com ações de regresso influenciariam no preço final ao consumidor. Também o *Shopping Center* apresentaria elevados prejuízos, o que implicaria a elevação do aluguel de suas lojas e, por conseguinte, do preço final dos produtos destinados ao consumidor.

---

<sup>60</sup> THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do Consumidor**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2002, p.11.

Não obstante, acaso sustentada a aplicação da primeira hipótese, ficaria o consumidor privado da devida reparação pelos danos que fossem causados a sua incolumidade física, embora sua legítima expectativa residisse na proteção desse bem jurídico, inclusive. Atrair-se-ia, portanto, a inserção do *Shopping Center* na segunda hipótese.

Importante lembrar que a relação de consumo deve ser harmônica e justa, com o escopo de erigir um vínculo entre o fornecedor e o consumidor pautado no equilíbrio econômico da equação financeira e das obrigações jurídicas pactuadas ou contraídas pelos interessados<sup>61</sup>.

Embora seja possível sustentar a aplicação da boa-fé objetiva, tanto na primeira, quanto na segunda hipótese supramencionadas, há a necessidade de se preocupar não apenas com os limites do caso concreto levado ao Poder Judiciário, mas também com a repercussão econômica das decisões que responsabilizarem, ou não, os *Shoppings Centers*.

Não é suficiente, portanto, uma análise doutrinária e jurisprudencial dos serviços de estacionamento no âmbito desses grandes Centros Comerciais. Faz-se preeminente, também, uma análise econômica das circunstâncias fáticas que envolvem o caso, pois repercutirão de alguma forma no patrimônio do consumidor final.

---

<sup>61</sup> LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: RT, 2001, p.104.

#### **4 DA SEGUNDA HIPÓTESE: SHOPPING CENTER NA CONDIÇÃO DE PROPRIETÁRIO E MERO LOCADOR DO ESPAÇO FÍSICO DESTINADO AO ESTACIONAMENTO (ANALOGIA AO RECURSO ESPECIAL 908.359/SC)**

Consignada a responsabilidade dos *Shoppings Centers* proprietários e exploradores dos serviços de estacionamento, por intermédio de um prestador de serviço de estacionamentos, a título gratuito ou oneroso, doravante se estudará a responsabilidade daqueles *Shoppings Centers* que figuram tão somente na condição de proprietários e locadores do espaço físico destinado ao estacionamento.

Ou seja, não há exploração econômica dos serviços de estacionamento pelo *Shopping Center*, mas tão somente a cessão de uso do espaço utilizado por determinada empresa especializada nesses serviços, para a exploração desse nicho de mercado, por conta própria.

Em virtude da inexistência de julgados sobre a responsabilidade dos *Shopping Centers* com enfoque nessa situação fática, buscou-se o uso da analogia, por intermédio da análise do Recurso Especial 908.359/SC, o qual retrata bem o fundamento que aqui se pretende expor.

##### **4.1 Da síntese e da análise do Recurso Especial 908.359/SC**

Maria de Lourdes Machado ajuizou ação de indenização por danos materiais e morais contra o Hospital e Maternidade São Lourenço Ltda., Marcelo Grimm e Pedro Augusto Ramos da Silva sob a alegação de que haveria sido submetida a cirurgia de varizes e que, em decorrência de imperícia, teria tido seus nervos lesionados.

O Hospital e o médico foram condenados, solidariamente, a indenizar os danos materiais até então suportados pela autora; a compensar-lhe os danos morais com a quantia de R\$ 52.000,00; e a lhe pagar pensão mensal vitalícia no valor de 1 salário mínimo, com correção monetária e juros desde a data da cirurgia.

Interposta apelação pelo Hospital e Maternidade São Lourenço Ltda., o Tribunal de origem deu parcial provimento ao recurso, para tão somente limitar o prazo da pensão mensal até a data em que Maria de Lurdes Machado completasse 65 anos de idade.

O Hospital e Maternidade São Lourenço Ltda. interpôs Recurso Especial, sob o argumento de que não poderia ser responsabilizado solidariamente, porque o cirurgião não pertencia ao quadro clínico do hospital, que havia apenas locado o espaço para a realização da cirurgia.

Os Ministros presentes ao julgamento do Recurso Especial 908.359/SC, por maioria, afastaram a responsabilidade do Hospital e Maternidade São Lourenço Ltda.

Foram vitoriosos os votos dos Ministros João Otávio de Noronha, Ari Pargendler, Fernando Gonçalves e Aldir Passarinho Junior e vencidos aqueles proferidos pelos Ministros Sidnei Beneti, Massami Uyeda e Ministra Nancy Andrighi, Relatora.

A tese vencedora considerou que a relação entre o hospital e o médico cingia-se a um contrato locatício, cujo vínculo não daria ensejo à responsabilidade solidária pretendida pela autora da ação, mormente por não ter aquele participado diretamente na consecução do procedimento cirúrgico.

Os votos vencedores desse recurso especial afirmam que o hospital não poderia ser responsabilizado pelo serviço defeituoso prestado exclusivamente pelo médico, na medida em que contribuíra apenas com a equipe de enfermagem, os medicamentos, e o espaço para a cirurgia – que em nada influenciaram para o resultado danoso –, além de haver entre eles tão somente vínculo contratual de locação, sem qualquer relação empregatícia ou de prestação de serviços.

Não incidiria, portanto, a solidariedade prevista nos artigos 7º, parágrafo único, 18, 19, 25, §§ 1º e 2º, e 34, do CDC.

Em contraposição, a tese vencida (Ministra Nancy Andrighi) propugnava pela imposição de solidariedade, na medida em que o nosocômio fazia parte de uma cadeia de fornecimento de serviços médicos, cuja atuação do médico, profissional liberal, está condicionada diretamente às facilidades por aquele proporcionadas.

Não haveria falar, assim, em serviço hospitalar sem a ingerência do mencionado profissional. O médico, por sua vez, teria sua atividade limitada sem as facilidades fornecidas pelo Hospital.

Deste modo, independentemente do vínculo estabelecido entre esses dois agentes, a organização econômica ali formada atrairia a aplicação da solidariedade na relação de consumo, segundo a Ministra Nancy Andrighi.

#### **4.2 Da aplicação da tese vencedora do Recurso Especial 908.359/SC no caso do *Shopping Center* proprietário e mero locador do espaço utilizado para o estacionamento.**

Inicialmente, é importante consignar qual o escopo do Código de Defesa do Consumidor quanto à atribuição da responsabilidade objetiva aos fornecedores de determinada cadeia de serviços.

Parcela da doutrina compreende a existência de responsabilidade objetiva apenas àqueles fornecedores que tenham contribuído direta e substancialmente para a consecução do serviço.

Valiosas são as lições do professor Paulo Roque Khouri, nesse sentido, ao ensinar que o risco, fundamento da responsabilidade objetiva, não pode ser transferido a quem se limita a oferecer o serviço ao consumidor, sem ter participação alguma em sua concepção, execução, etc.<sup>62</sup>

Em adição, cita a hipótese em que uma agência de turismo intermedeia a contratação de viagem aérea. Conquanto a agência seja considerada fornecedora, nos termos do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, afigura-se

---

<sup>62</sup> KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 193.

inconcebível a sua responsabilização pelos prejuízos decorrentes da queda de uma aeronave.<sup>63</sup>

Certamente, este não é o resultado pretendido pelo CDC, caso contrário, atividades como essa estariam fadadas ao desaparecimento.<sup>64</sup>

Assim, haverá situações em que será possível identificar a figura do fornecedor, mas não se poderá responsabilizá-lo, tendo em vista que não participa, ou participa minimamente, da prestação do serviço.

O entendimento perfilhado pelo professor Paulo Roque Khouri encontra respaldo, inclusive, na análise do nexo de causalidade dessas situações.

Vale lembrar que, mesmo admitida a manutenção da responsabilidade objetiva a esses fornecedores não participantes, ou minimamente participantes, da cadeia de fornecimento, não se prescindiria da análise do nexo de causalidade.

Isso porque, mesmo na responsabilidade objetiva prevista no Código de Defesa do Consumidor, deve-se avaliar o nexo de causalidade, para fins de ensejar a responsabilidade solidária.<sup>65</sup>

Neste ponto, faz-se necessário realizar esse estudo segundo as teorias do nexo causal aplicáveis.

Atualmente, tem-se admitido na seara cível, seja na doutrina, seja na jurisprudência, a aplicação majoritária das teorias da causalidade adequada e do dano direto e imediato, em virtude da interpretação sistemática do artigo 403<sup>66</sup> do Código Civil.

---

<sup>63</sup> KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 193

<sup>64</sup> KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 193

<sup>65</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 298.

<sup>66</sup> BRASIL. Código Civil de 2002. Artigo 403: Ainda que a inexecução resulte de dolo do devedor, as perdas e danos só incluem os prejuízos efetivos e os lucros cessantes por efeito dela direto e imediato, sem prejuízo do disposto na lei processual.

A teoria da causalidade adequada, criada por Ludwig Von Bar e melhor desenvolvida por Johannes Von Kries e Zitelman, conforme leciona Gisela Sampaio, consiste em analisar, em uma pluralidade de causas, aquela que, em tese, poderia ser considerada apta a causar o resultado (juízo ontológico – domínio do saber); e hábil para tanto, segundo as leis naturais (domínio do saber gnomológico).<sup>67</sup>

Destarte, o grau de participação do *Shopping Center* exsurge como premissa à transferência, ou não, dos riscos da exploração dos serviços de estacionamento da empresa locatária do espaço de propriedade do *Shopping Center*.

Note-se que, no caso do Recurso Especial 908.359/SC, o nosocômio contribuiu com a contratação de equipe de enfermagem; a compra dos medicamentos; e a cessão do espaço para a cirurgia, itens sem os quais, poder-se-ia alegar, torna-se impossível a realização de uma cirurgia.

Todavia, decidiu-se que não havia uma participação substancial do hospital, de modo a não ser possível a sua responsabilização.

Não estaria a responsabilidade do hospital, portanto, prevista, seja em um juízo ontológico, seja em um juízo gnomológico.

Vale dizer, não seria a conduta do hospital (contratação de equipe de enfermagem; a compra dos medicamentos; e a cessão do espaço para a cirurgia) apta a produzir o resultado causado pela imperícia do médico.

Ao voltar a análise para a hipótese do *Shopping Center*, verifica-se que sua conduta limita-se à cessão de um espaço físico para a exploração dos serviços de estacionamento, conduta esta, frise-se, menos ativa e participativa em relação àquela promovida pelo hospital do Recurso Especial 908.359/SC, o qual contratara equipe de enfermagem e realizara a compra dos medicamentos, para a consecução do procedimento cirúrgico.

---

<sup>67</sup> CRUZ, Gisela Sampaio da. **O Problema do Nexo Causal na Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2005, p. 100.

Deste modo, ao se admitir a linha de entendimento do Recurso Especial 908.359/SC como premissa, outra não pode ser a conclusão senão a de igualmente isentar o *Shopping Center* por qualquer dano proveniente da atividade de estacionamento.

Por outro lado, a tese da Ministra Relatora, Nancy Andrighi, no sentido de que a participação na cadeia de fornecimento de serviços implica a responsabilização por todos os efeitos desta decorrentes<sup>68</sup>, também encontra respaldo na *ratio legis* consumerista, na medida em que confere maior proteção ao consumidor.

Nessa senda, ainda, José Geraldo Brito Filomeno destaca que fornecedor será todo aquele propiciar a oferta de bens e serviços no mercado de consumidor, sem importar a que título, tendo em vista que essa distinção somente apresentará relevância na responsabilidade entre os próprios fornecedores, em eventual via regressiva.<sup>69</sup>

Neste ponto, retoma-se a análise das teorias do nexo de causalidade, para avaliar a possibilidade de sustentar a teoria da Ministra Nancy Andrighi.

A teoria do dano direto e imediato, criada por Agostinho Alvim, estabelece um vínculo de necessariedade entre o antecedente fático e o resultado danoso, pautado por uma consequência direta e imediata, nas seguintes palavras, extraídas de sua ilustre obra. Confira-se:

Suposto certo dano, considera-se causa dele a que lhe é próxima ou remota, mas, com relação a este última, é mister que ela se ligue ao dano, diretamente. Assim, é indenizável todo dano que se filia a uma causa, ainda que remota, desde que ela lhe seja causa necessária, por não existir outra que explique o mesmo dano. Quer a lei que o dano seja o efeito direto e imediato da execução.<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V. Fato do Produto e do Serviço. In: **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 163.

<sup>69</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999, p. 42.

<sup>70</sup> ALVIM, Agostinho. Da Inexecução da Obrigações e suas Consequências. In: GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil**. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 91.

Destaca-se que, mesmo aquelas causas remotas poderão pautar um dano indenizável, contanto que aquela causa lhe seja uma causa necessária.

Pablo Stolze corrobora o entendimento do ilustre professor Agostinho Alvim ao admitir, sob os auspícios da teoria do dano direto e imediato, a responsabilidade pelo dano reflexo (*par réflexis*), por considerá-lo, nas circunstâncias específicas do caso concreto, igualmente direto e imediato.<sup>71</sup>

Ademais, é importante lembrar que a teoria da causalidade adequada pode ser lida sob uma formulação negativa, mais ampla, consubstanciada no exame do fato como causa inadequada a produzir o dano. Trata-se da formulação negativa da teoria da causalidade adequada, assim delineada por Gisela Sampaio:

(...) o fato que atua como condição do dano só deixará de ser considerado causa adequada quando, dada sua natureza geral, se mostrar indiferente para a verificação do dano, estranhas ou extraordinárias. Assim, em vez de se caracterizar a adequação, aponta-se, nesta formulação, quais são as causas inadequadas do dano.<sup>72</sup>

Deste modo, segundo o posicionamento adotado pela Ministra Nancy Andrighi, subsidiado pela teoria do dano direto e imediato e pela formulação negativa da teoria da causalidade adequada, o *Shopping Center* seria responsabilizado em razão de a cessão do espaço para o estacionamento apresentar relevância na consecução dessa atividade e, conseqüentemente, na superveniência de danos, ao consumidor, seja ao seu patrimônio, seja a sua integridade física.

Visualiza-se, assim, uma cadeia de fornecimento, na qual todos os que dela participam podem ser responsabilizados.

Com efeito, o entendimento esposado pela Ministra confere máxima proteção ao consumidor, porquanto lhe assegura, com maior rigor, o seu direito à

---

<sup>71</sup> GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil**. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 91.

<sup>72</sup> CRUZ, Gisela Sampaio da. **O Problema do Nexo Causal na Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2005, p. 70.

“efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais”, prevista no artigo 6º, VI, do CDC.

Todavia, admitir essa tese implicaria a consequente responsabilização, e.g, do empresário que aluga suas salas para laboratórios de exame, clínicas de fisioterapia, academias, etc.

Qualquer falha na prestação dos serviços pelos locatários inexoravelmente levaria o locador à falência, caso tivesse este a obrigação solidária de suportar os prejuízos eventualmente sofridos por um consumidor.

Diante da existência de argumentos para responsabilizar ou isentar os *Shoppings Centers*, faz-se preeminente a realização de um juízo de ponderação baseado em premissas de ordem econômica e mercadológica, sem as quais se poderá incorrer em abusos, hábeis a impedir o funcionamento da atividade empresária.

Será necessário, portanto, ao operador do Direito, ampliar a análise do caso concreto a um aspecto econômico, sobretudo porque, conforme já dito neste trabalho, o consumidor será o destinatário final de eventuais reflexos patrimoniais de uma decisão judicial.

#### **4.3 Da aplicação da teoria do risco-proveito na responsabilização do *Shopping Center* proprietário e mero locador do espaço utilizado para o estacionamento.**

A título de solução alternativa ao deslinde de eventual demanda promovida em desfavor do *Shopping Center* proprietário e mero locador do espaço físico utilizado para o estacionamento, a teoria do risco-proveito serve como instrumento de imputação de responsabilidade objetiva àquele estabelecimento pelos prejuízos decorrentes dos serviços de estacionamento prestados em sua propriedade.

Decerto, o Código de Defesa do Consumidor norteia-se pela teoria do risco do empreendimento, que se resume à ideia de responsabilidade do fornecedor como

garante dos vícios ou defeitos dos bens e serviços oferecidos no mercado de consumo, independentemente de culpa.<sup>73</sup>

Não obstante, depreende-se do artigo 3º, § 2º<sup>74</sup>, do CDC, que o conceito de fornecedor está vinculado, também, à ideia de remuneração, seja esta direta ou indireta, contanto que onere de alguma forma o patrimônio do consumidor. É possível, destarte, sustentar a tese do risco-proveito.

Consoante as lições de Caio Mário, a teoria do risco-proveito “é a ideia de que é sujeito à reparação aquele que retira um proveito ou vantagem do fato causador do dano – *ubi emolumentum, ibi ônus*”.<sup>75</sup>

O conceito é bem ilustrado no emblemático caso em que o empregado de uma empresa no Canadá ficara cego em virtude da explosão de um forno. Questionou-se, em primeira, segunda e terceira instâncias, a responsabilidade pela guarda do forno, se deveria ser atribuída ao empregado ou ao empregador. O *Chief Justice*, Sir Charles Fitzpatrick, na Corte Suprema, com base na doutrina francesa de Saleilles-Josserand, pôs fim à controvérsia ao entender que o forno estava sob a guarda do empregador e inovou ao afirmar que este o “utilizava em seu proveito e que obtinha lucro do risco que havia criado [pois] aquele que percebe as utilidades no uso da máquina suscetível de causar dano a terceiro está obrigado a reparar o prejuízo que esta máquina cause”.<sup>76</sup>

Vislumbra-se, assim, que a teoria do risco-proveito teve relevante participação na transposição da responsabilidade subjetiva para a objetiva. Embora a sua utilização isolada não seja suficiente para a solução de outras situações,

---

<sup>73</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 484.

<sup>74</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Artigo 3º, § 2º: 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.

<sup>75</sup> PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade Civil**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1999, p. 280.

<sup>76</sup> DIAS, José de Aguiar. **Da Responsabilidade Civil**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 57.

conforme bem ressalta Aguiar Dias<sup>77</sup>, para a hipótese dos *Shopping Centers*, locadores do espaço de estacionamento, parece ser suficiente.

No presente caso, tem-se que o *Shopping Center* participa efetivamente do faturamento dos serviços de estacionamento, acepção mais restrita do conceito de “proveito”, sobretudo porque comumente pautado em porcentagens desse serviço.

Não há dúvidas, portanto, que o *Shopping Center* participa da receita decorrente dos serviços de estacionamento, o que atrai inexoravelmente, a aplicação da teoria do risco-proveito.

Deste modo, apenas o fato de o *Shopping Center* ter auferido proveito econômico pelas atividades exercidas em seu estabelecimento seria suficiente para responsabilizá-lo pelos prejuízos provocados pela ação ou omissão da empresa prestadora de serviços de estacionamento.

Plínio Lacerda Martins, conquanto não faça menção expressa à teoria do risco-proveito, sustenta a existência de uma relação pré-contratual, baseada na *culpa in contrahendo*, a qual atribuiria responsabilidade ao *Shopping Center*, tendo em vista que os custos de segurança dos estacionamentos estariam cobrados indiretamente no custo das mercadorias<sup>78</sup>.

Nessa senda, é cediço que os *Shopping Centers* auferem benefícios dos estacionamentos que o integram, seja no aumento da clientela, seja no preço cobrado do consumidor, que está embutido no custo das mercadorias adquiridas nas inúmeras lojas existentes nesse “mega-comércio”, conforme acentua Rui Stoco<sup>79</sup>.

---

<sup>77</sup> DIAS, José de Aguiar. **Da Responsabilidade Civil**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 57.

<sup>78</sup> MARTINS, Plínio Lacerda. **O Abuso nas Relações de Consumo e o Princípio da Boa-Fé**. Rio de Janeiro: Forense, 2002, p.88.

<sup>79</sup> STOCO, Rui. **Tratado de Responsabilidade Civil**. 6.ed. São Paulo: RT, 2004, p. 717.

Nesse sentido, Cristiano Chaves de Farias entende 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”<sup>80</sup>.

Ainda nesse diapasão, o voto do Ministro Relator Massami Uyeda, em julgado do Superior Tribunal de Justiça, confere responsabilidade a uma Instituição Financeira, por latrocínio ocorrido estacionamento por aquela mantido:

Não há falar em caso fortuito nessas hipóteses como excludente da responsabilidade civil, porquanto o proveito financeiro indireto obtido pela instituição atrai-lhe o ônus de proteger o consumidor de eventuais furtos, roubos ou latrocínios.<sup>81</sup>

Verifica-se, deste modo, que a teoria do risco-proveito permite a responsabilização dos *Shopping Centers* pelos prejuízos causados ao patrimônio ou a integridade física do consumidor, sobretudo porque efetivamente percebem dos serviços de estacionamento inúmeras vantagens, seja a participação na receita auferida pela empresa prestadora desses serviços, seja no aumento de sua clientela.

Contudo, a aplicação indiscriminada dessa teoria, como é feita na hipótese de cessão do espaço físico, poderia implicar consequências severas ao mercado, e.g, nas situações em que um *Shopping Center* que aluga suas salas para laboratórios de exame, clínicas de fisioterapia, academias, etc.

É preciso, assim, realizar uma análise econômica e mercadológica detida, para se coibir eventuais abusos, cujos prejuízos certamente seriam suportados por aquele que integra o fim da cadeia de relações de mercado: o consumidor.

---

<sup>80</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de. Responsabilidade Civil dos Shopping Centers por Danos Causados em seus Estacionamentos: Um brado contra a indevida informação. **Revista de Direito Privado**: v. 6, n. 21, jan./mar., 2005, p. 70-73.

<sup>81</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1.045.775/ES, Rel. Ministro Massami Uyeda, Terceira Turma, julgado em 23/4/2009, DJe 4/8/2009.

## 5 DA TERCEIRA HIPÓTESE: *SHOPPING CENTER* NA CONDIÇÃO DE NÃO PROPRIETÁRIO E NÃO EXPLORADOR DO ESTACIONAMENTO CONTÍGUO

Por derradeiro, pretende-se realizar uma análise sobre a responsabilidade dos *Shoppings Centers* em razão de fatos do serviço ocorridos no estacionamento vizinho que não se encontra sob sua ingerência, seja a título de domínio, seja a qualquer outro título.

Tem-se, nessa hipótese, um Centro Comercial desprovido de um espaço para o recepcionamento de sua clientela, a qual busca o acondicionamento de seu veículo no estacionamento sob os cuidados de outrem.

Essa situação comumente se repete nos Centros Comerciais próximos a estacionamentos públicos, os quais são mantidos sob a responsabilidade do Estado.

O Estado, nessa senda, caso não forneça a segurança necessária a evitar o fato do serviço<sup>82</sup>, será responsabilizado pelo usuário deste, conforme determina o artigo 37, § 6<sup>o</sup><sup>83</sup>, de nossa Constituição Federal.

Questiona-se, diante dessa situação, se tal entendimento se estenderia ao *Shopping Center* cujo estabelecimento está contíguo ao estacionamento público.

A responsabilidade civil, cumpre lembrar, é oriunda do verbo latino *respondere*, o qual transmite a ideia de alguém ser instituído na condição de garantidor de algo.<sup>84</sup>

Assim, somente haveria falar em responsabilidade civil, vale dizer, o vínculo obrigacional em decorrência de ato ilícito do devedor ou de fato jurídico que o

---

<sup>82</sup> NOVAIS, Elaine Cardoso de Matos. **Serviços Públicos e Relação de Consumo**. Curitiba: Juruá, 2008, p. 241.

<sup>83</sup> BRASIL. Constituição Federal de 1988. Art. 37. § 6º: As pessoas jurídicas de direito público e as de direito privado prestadoras de serviços públicos responderão pelos danos que seus agentes, nessa qualidade, causarem a terceiros, assegurado o direito de regresso contra o responsável nos casos de dolo ou culpa.

<sup>84</sup> DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. vol. 7. 17. ed. São Paulo: Saraiva, 2003, p. 35.

envolva<sup>85</sup>, caso o *Shopping Center* participasse ou garantisse de alguma forma a segurança do estacionamento público contíguo.

Caso não figure nessa condição de garante, não há como inserir nos riscos da atividade dos *Shopping Centers* responsabilidade pelos eventos ocorridos em tais estacionamentos.

Há, ainda, nesse caso, uma delimitação do alcance da responsabilidade do *Shopping Center* centrada na superveniência de um caso fortuito externo, ou seja, aquele fato que não guarda relação de causalidade com a atividade do fornecedor, absolutamente estranho ao produto ou serviço.<sup>86</sup>

Deve-se destacar, segundo as palavras do Professor Atalá Correia, que o termo atividade engloba “atos, individuais ou reiterados, que insiram-se na esfera de uma atuação organizada, voltada a finalidade específica”.<sup>87</sup>

A princípio, não se afigura possível enquadrar o estacionamento público na atividade do *Shopping Center*, tendo em vista o conceito acima delineado, o qual apresenta requisitos de atuação organizada e finalidade específica, não presentes no caso ora em estudo.

Não haveria falar, portanto, na assunção dos riscos do estacionamento público pelo *Shopping Center*, por não guardar qualquer correlação com a sua atividade, mormente se o estacionamento é utilizado por outras pessoas além da clientela daquele estabelecimento.

Qualquer dano porventura proveniente daquele espaço será, deste modo, considerado um caso fortuito externo, o qual se aloca fora do risco normal da atividade desenvolvida.<sup>88</sup>

---

<sup>85</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Civil: Obrigações e Responsabilidade Civil**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, p. 268.

<sup>86</sup> FILHO, Sérgio Cavalieri. **Programa de Responsabilidade Civil**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 185.

<sup>87</sup> CORREIA, Atalá. Atividade de Risco (Art. 927, parágrafo único, Código Civil). In: RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz; MAMEDE, Gladston; ROCHA, Maria Vital da. **Responsabilidade Civil Contemporânea em homenagem a Silvio de Salvo Venosa**. São Paulo: Atlas, 2011, p. 89.

Nesse sentido, o Superior Tribunal de Justiça, compreendeu que não há responsabilidade do *Shopping Center* pelos eventos ocorridos no estacionamento público vizinho<sup>89</sup>.

Apesar do entendimento jurisprudencial em contrário, vale indagar se as teses apresentadas nas demais hipóteses estudadas neste trabalho poderiam ser aqui aplicadas.

Ou seja, questiona-se se poderiam ser aplicadas as teses desenvolvidas nas hipóteses do *Shopping Center* como proprietário e explorador dos estacionamentos; e na condição de mero locador do espaço físico.

No primeiro caso, utilizou-se os fundamentos da boa-fé objetiva e da legítima expectativa do consumidor para responsabilizar o *Shopping Center*, ao se admitir que esse estabelecimento, com o intuito de atrair clientela, criou uma situação de conforto e segurança ao consumidor, materializada no estacionamento de veículos.

Não parece ser a supracitada hipótese aplicável ao caso em análise, porquanto o *Shopping Center* contíguo ao estacionamento público não erigiu essa situação fática, mas tão somente se encontra adjacente a tal.

Como sustentar a criação de uma legítima expectativa no consumidor pelo *Shopping Center* se este sequer participou da formulação desse espaço destinado à segurança do seu veículo.

Por conseguinte, não se poderia falar em violação à boa-fé objetiva, haja vista não ter o *Shopping Center* conspurcado qualquer dos direitos anexos

---

<sup>88</sup> GODOY, Claudio Luiz Bueno de. **Responsabilidade Civil pelo Risco da Atividade**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 121.

<sup>89</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Agravo em Recurso Especial 188.386/DF, Rel. Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma, julgado em 21/05/2013, DJe 29/05/2013. Recurso Especial 883.452/DF, Rel. Ministro Aldir Passarinho Junior, Quarta Turma, julgado em 01/12/2009, DJe 18/12/2009. Recurso Especial 883.452/DF, Rel. Ministro Aldir Passarinho Junior, Quarta Turma, julgado em 01/12/2009, DJe 18/12/2009. Agravo Regimental no Agravo em Recurso Especial 1009559/RJ, Rel. Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 23/04/2009, DJe 19/05/2009.

provenientes desse *standard* de conduta, a saber: cooperação, transparência e lealdade<sup>90</sup>.

No segundo caso – *Shopping Center* como mero locador do espaço físico – aventou-se a teoria do risco-proveito, a qual lhe transferiria os riscos dessa atividade, porquanto “o dever de reparar deve ser imposto a quem auferir benefício com a existência do risco”<sup>91</sup>.

A incidência da teoria do risco proveito, nesse caso, não parece destoar daquele em que o *Shopping Center* é mero locador do espaço, sobretudo porque é inconteste o benefício auferido pelos *Shoppings Centers* em razão do estacionamento que o circunda, situação fática esta não afastada pelo Superior Tribunal de Justiça na jurisprudência mencionada neste tópico.

Deste modo, parece razoável, com base nessa teoria, que o *Shopping Center* concorra com o Estado em eventual responsabilização perante o consumidor pelos danos suportados em razão do fato de serviço ocorrido no estacionamento que lhe é contíguo, tendo em vista os benefícios econômicos auferidos.

Não obstante os argumentos acima apresentados, o Superior Tribunal de Justiça entendeu que a imposição de responsabilidade pelo fato do serviço ocorrido nos estacionamentos públicos se aplicaria não apenas ao *Shopping Center*, mas também a todo e qualquer estabelecimento que estivesse próximo a um estacionamento público, ainda que não possuísse sobre este ingerência de qualquer natureza.<sup>92</sup>

Haveria, assim, a imposição de um elevado ônus aos comerciantes de pequeno porte, tendo em vista que, ao menos em abstrato, poder-se-ia sustentar essa tese de responsabilização em seu desfavor.

---

<sup>90</sup> MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: RT, 2013, p. 436-437.

<sup>91</sup> CORREIA. Atalá. Atividade de Risco (Art. 927, parágrafo único, Código Civil). In: RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz; MAMEDE, Gladston; ROCHA. Maria Vital da. **Responsabilidade Civil Contemporânea em homenagem a Silvío de Salvo Venosa**. São Paulo: Atlas, 2011, p. 89.

<sup>92</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 883.452/DF, Rel. Ministro Aldir Passarinho Junior, Quarta Turma, julgado em 01/12/2009, DJe 18/12/2009.

Aquela Corte considerou em sua análise, portanto, questões de ordem econômica, a saber os impactos eventualmente suportados pelo pequeno comerciante varejista, cujo estabelecimento se encontra próximo a um estacionamento público, para evitar reflexos negativos no mercado, cujo maior prejudicado ao final, certamente seria o consumidor, destinatário final da transferência econômica dos riscos da atividade comercial.

Tem-se, atualmente, ao menos na jurisprudência, a não responsabilização dos *Shoppings Centers* pelo fato do serviço ocorrido no estacionamento contíguo sob o qual não apresenta qualquer tipo de ingerência.

## CONCLUSÃO

Após analisar o conceito de fato do serviço e a sua extensão quanto à responsabilidade dos *Shopping Centers*, sobretudo nas hipóteses tratadas neste trabalho, podem-se extrair as seguintes conclusões.

O fato do serviço, consoante parcela da doutrina defende, consiste tanto em uma violação à integridade física do consumidor, quanto aos seus bens materiais. Há, portanto, fato do serviço, quando nos deparamos com uma violação da condição físico-psíquica ou econômica do consumidor.

Ao se inserir esse conceito nos serviços de estacionamento, a jurisprudência compreende a responsabilização pelos danos causados ao consumidor em duas situações distintas, baseadas na figura do fornecedor: o fornecedor cuja atividade fim é o estacionamento; e o fornecedor que utiliza o estacionamento como meio de captação de clientela. No primeiro caso, há a aplicação da Súmula 130 do Superior Tribunal de Justiça, na qual o estabelecimento se responsabilizará tão somente pelos danos perpetrados ao veículo do consumidor. No segundo caso, hipótese na qual se inserem os *Shoppings Centers*, exsurgiria a responsabilidade pelos danos causados à integridade física do consumidor.

Com o intuito de verificar a aplicação dessas premissas e analisar a responsabilidade dos *Shoppings Centers* pelo fato do serviço ocorrido no estacionamento contíguo, fez-se necessário avaliar, no decorrer das três hipóteses mencionadas neste trabalho, os fundamentos jurídicos de conceito de fornecedor; da expectativa legítima de segurança do consumidor; do princípio da confiança; da boa-fé objetiva; e da teoria do risco-proveito.

Na primeira hipótese, vale dizer, em que o *Shopping Center* figura na condição de proprietário do espaço físico do estacionamento, com a exploração dos serviços, de forma gratuita ou onerosa, por intermédio de empresa especializada nesses serviços, tem-se a aplicação do conceito de fornecedor; da legítima expectativa de segurança do consumidor, pautada no princípio da confiança; e a

incidência da boa-fé objetiva; como fundamentos ora para proteger os bens e a pessoa do usuário do estacionamento, ora apenas para proteger os seus bens.

Na segunda hipótese – *Shopping Center* na condição de proprietário e mero locador do espaço físico do estacionamento – tem-se a aplicação da analogia ao Recurso Especial 908.359/SC, no qual se eximiu um Hospital da responsabilidade pelo fato do serviço ocasionado por um médico que utilizava do seu espaço físico para a realização de uma cirurgia, para igualmente eximir a responsabilidade do *Shopping Center*. Por outro lado, ainda que na condição de locador, poder-se-ia sustentar a aplicação do risco-proveito, para responsabilizá-lo, haja vista que a atração de clientela seria um proveito inegável.

Na terceira hipótese, *Shopping Center* na condição de não proprietário e não explorador do estacionamento contíguo, a jurisprudência entendeu que não havia responsabilidade pelos eventos ocorridos no estacionamento público vizinho, tendo em vista tratar-se de um caso fortuito externo, ou seja, um fato alheio aos riscos de sua atividade.

Conclui-se, portanto, que embora a conceituação de fato do serviço e a análise de sua extensão possam, a princípio, conferir aos *Shoppings Centers* responsabilidade pelos eventos ocorridos em seu estacionamento, há um grande desdobramento de teses que ora irão responsabilizá-lo, ora isentá-lo e, ainda que o responsabilizem, delimitarão se a sua responsabilidade se estenderá à incolumidade física do consumidor ou apenas à integridade de seus bens.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Associação Brasileira de *Shopping Centers* – ABRASCE.

ALVIM, Agostinho. Da Inexecução da Obrigações e suas Consequências. In: GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil**. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 91.

AGUIAR, Ruy Rosado de. A Boa-fé nas Relações de Consumo. **Revista Direito do Consumidor**. v. 14. São Paulo: RT, 1995, p. 22.

ALMEIDA, João Batista de Almeida. **A proteção Jurídica do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p.84.

A.M. Menezes Cordeiro. Direito das Obrigações. Lisboa. Associação Acadêmica da Faculdade de Direito de Lisboa, 1980, vol. 1, p. 143 In: COSTA, Judith Martins. Os Campos Normativos da Boa-Fé Objetiva: As Três Perspectivas do Direito Privado Brasileiro. **Revista Forense**: v. 101, n. 382, nov./dez. 2005.

AZEVEDO, Álvaro Villaça. **Teoria Geral das Obrigações**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça.

BENJAMIN, Antônio Herman V. Fato do Produto e do Serviço. In: **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. p. 163. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do Consumidor**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, p. 72.

BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001, p. 114.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 298.

\_\_\_\_\_. **Programa de Responsabilidade Civil**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 484.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Civil: Obrigações e Responsabilidade Civil**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, p. 268.

CORREIA, Atalá. Atividade de Risco (Art. 927, parágrafo único, Código Civil). In: RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz; MAMEDE, Gladston; ROCHA, Maria Vital da.

**Responsabilidade Civil Contemporânea em homenagem a Silvio de Salvo Venosa.** São Paulo: Atlas, 2011, p. 89.

COSTA, João Marcos Alves. **Shopping Center: Do Projeto ao Champagne.** 1. ed. Curitiba: Juruá, 2013, p. 76.

COSTA, Judith Martins. Os Campos Normativos da Boa-Fé Objetiva: As Três Perspectivas do Direito Privado Brasileiro. **Revista Forense:** v. 101, n. 382, nov./dez. 2005.

CRUZ, Gisela Sampaio da. **O Problema do Nexo Causal na Reponsabilidade Civil.** Rio de Janeiro: Renovar, 2005, p. 100.

DIAS, José de Aguiar. **Da Responsabilidade Civil.** 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 57.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro.** vol. 7. 17. ed. São Paulo: Saraiva, 2003, p. 35

Estados Unidos da América, Cidade de Nova York. *ICSC – Internacional Council of Shopping Centers.*

FARIAS, Cristiano Chaves de. Responsabilidade Civil dos Shopping Centers por Danos Causados em seus Estacionamentos: Um brado contra a indevida informação. **Revista de Direito Privado:** v. 6, n. 21, jan./mar., 2005, p. 70.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999, p. 42.

GRINBERG, Rosana. Fato do Produto ou do Serviço: Acidentes de Consumo. **Revista de Direito do Consumidor:** v. 9, n. 35, jul./nov. 2000.

GODOY, Claudio Luiz Bueno de. **Responsabilidade Civil pelo Risco da Atividade.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 121

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Responsabilidade Civil.** 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2003, p. 436-437.

KHOURI, Paulo R. Roque. **Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005, p. 68.

\_\_\_\_\_. **Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 193.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo.** São Paulo: RT, 2001, p.104.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: RT, 2013, p. 436-437.

\_\_\_\_\_. Campo de Aplicação do CDC. In: **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 103.

\_\_\_\_\_. BENJAMIM, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: Arts. 1º a 74: Aspectos Materiais**. São Paulo: RT, 2004, p. 226.

MARINS, James. **Responsabilidade da Empresa pelo Fato do Produto**. **Biblioteca de Direito do Consumidor**. vol. 5. São Paulo: RT, 1993, p. 50-51.

MARTINS, Plínio Lacerda. **O Abuso nas Relações de Consumo e o Princípio da Boa-Fé**. Rio de Janeiro: Forense, 2002, p.88.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, 2008, p. 293.

NOVAIS, Elaine Cardoso de Matos. **Serviços Públicos e Relação de Consumo**. Curitiba: Juruá, 2008, p. 24.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 180.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade Civil**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1999, p. 280.

\_\_\_\_\_. Shopping Centers – Organização Econômica e Disciplina Jurídica. In: TEPEDINO, Gustavo; FACHIN, Luiz Edson. **Doutrinas Essenciais: Obrigações e Contratos**. vol. 5. São Paulo: RT, 2011, p. 614.

RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil: Dos Contratos e das Declarações Unilaterais de Vontade**. 30. ed. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 31.

SANTOS, Ozéias J. **Furto de Veículos em Estacionamentos: Responsabilidade Civil**. São Paulo, Péritas, 1999, p. 57.

Secretaria de Segurança Pública do Distrito Federal.

SOMBRA, Thiago Luís Santos. **Adimplemento Contratual e Cooperação do Credor**. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 44.

STOCO, Rui. **Tratado de Responsabilidade Civil**. 6.ed. São Paulo: RT, 2004, p. 717.

VIANA, Michelle Pimenta. Contrato de Estacionamento. **Cidadania e Justiça [Revista do Curso de Direito de Ituiutaba]**: v. 6, n. 11, jan./jul. 2003, p. 100.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do Consumidor**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2002, p.11.

ZENUM, Augusto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999, p. 32.