



CONTRATO DE LOCAÇÃO DE SHOPPING CENTER: abusos e vulnerabilidade

Bruna Sant'Ana Oliveira¹

Luciana Maria de Abreu²

RESUMO

É inquestionável a presença dos shoppings Centers nos dias de hoje. Sua estrutura atende perfeitamente às exigências da sociedade moderna, que busca cada vez mais suprir sua necessidade consumista de forma prática e cômoda. Tal centro comercial constitui fato jurídico novo decorrente de criativas e modernas técnicas de venda, que alinham praticidade, lazer, segurança e conforto. Amparado por essa visão, o empreendedor projeta, constrói e gerencia todo esse complexo, almejando, através de um sistema de contrapartida com o lojista, a potencialização da circulação de produtos, serviços e, claro, do consequente lucro. Assim, o shopping center é formado por um universo de contratos interempresariais individualmente firmado entre lojista e empreendedor que cede o uso e fruição de espaços situados no centro comercial àqueles, em troca de renumeração e condições próprias de tal empreendimento. O artigo traz como objetivo a mitigação da liberdade contratual decorrente das poucas e nebulosas palavras trazidas pela lei 8245/91, através de uma melhor atuação do judiciário para corrigir os abusos existentes em tão complexa relação contratual. Acaba-se por ressaltar, também, medidas extrajudiciais que podem ser tomadas pelos próprios lojistas para tentar o equilíbrio satisfatório da relação, enquanto não se vislumbra publicação da norma pertinente. Assim, conclui-

¹ Advogada, Bacharel em Direito pelas Faculdades Integradas Vianna Junior em Dezembro de 2013.

² Mestre em Direito Empresarial pela Faculdade Milton Campos - Belo Horizonte. Especialista na área de Direito Civil pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUCMG). Graduada pela Faculdade de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora (2005). Professora de Direito Empresarial do Instituto IOB, Faculdade de Direito do Instituto Vianna Junior em Juiz de Fora - MG e da Faculdade Estácio de Sá Campus Juiz de Fora - MG.



se que, através de uma mitigação da liberdade auferida aos empreendedores, é possível solidificar a relação em comento, de uma forma sadia, livre de abusos e, capaz de garantir a prosperidade do empreendedor, do lojista, do centro em si e da economia nacional.

PALAVRAS-CHAVE: SHOPPING CENTER. LOJISTA. EMPREENDEDOR. CLÁUSULAS ABUSIVAS. CONTRATO

INTRODUÇÃO

O contrato de locação de shopping center, embora amplamente utilizado, constitui instituto jurídico complexo frente à atipicidade de sua estrutura, que apresenta, simultaneamente, características locatícias e elementos próprios e necessários para o êxito do empreendimento. O presente estudo possui como objetivo, portanto, analisar os aspectos característicos desse tipo de contrato, bem como seus efeitos à classe lojista, ante a falta de regulamentação específica.

A partir de uma análise do artigo 54 da Lei de Locação (8.245/91) compreende-se que seu texto não proporciona um entendimento muito claro, o que enseja, por parte dos empreendedores, a elaboração de contratos “próprios” à atividade e que, muitas vezes, são marcados pela presença de cláusulas capazes de prejudicar os lojistas e desequilibrar a relação. Assim, questiona-se a extensa liberdade auferida por esse artigo, bem como a sua necessária mitigação através da aplicabilidade de princípios fundamentais do Direito Contratual e da contemporânea visão protetiva ao vulnerável trazida pelo Código de Defesa do Consumidor.

Entende-se que para que as metas de uma atividade econômica sejam atingidas é preciso que se estabeleça um equilíbrio capaz de proporcionar lucros para ambas as partes e, assim, impulsionar o desenvolvimento econômico e social do país, já que se a relação fica mais favorável aumenta-se o interesse, criam-se



novos centros, novos empregos e conseqüentemente novos consumidores que investirão no mercado.

Tal compreensão é fundamental na medida em que se faz necessária a interferência na economia contratual, tendo sempre como apoio a boa-fé, para que ocorra uma harmonia entre os interesses existentes e, assim, seja superada a tendência individualista da parte dominante. De tal forma, ficam preservados os princípios constitucionais referentes à boa conduta e ordem econômica, pois ambos possuem como base justamente uma boa-fé, intimamente ligada à mútua lealde e confiança entre as partes.

A metodologia de apresentação do tema, se dá com base em pesquisas bibliográficas e documentais, sendo utilizada para garantir o êxito da presente pesquisa, a análise dos elementos norteadores dos contratos em geral e de locação, bem como a interpretação acerca da configuração de vulnerabilidade do lojista e da extensão de uma tutela advinda do CDC, capaz de considerar nulas as cláusulas abusivas prejudiciais ao lojista e à sociedade.

O questionamento apresentado visa, portanto, provocar novos parâmetros interpretativos, que servirão como auxílio aos relegados lojistas, aos empreendedores e ao judiciário, único capaz de superar as incoerências do ordenamento e as desavenças provenientes da relação abordada.

1 NOÇÕES DE SHOPPING CENTER

O estudo inicia-se com uma breve noção do centro comercial chamado shopping center, abordando suas origens históricas, e, também, os contornos que lhe dão forma, como os principais subsídios de seu planejamento, os elementos essenciais à sua estrutura e, por fim, as regras de seu funcionamento.



1.2 Conceito e seus elementos

Para melhor entender o conceito do que vem a ser Shopping center, é preciso primeiramente compreender os elementos fundamentais que integram sua estrutura, elementos estes trazidos pelo professor por Nagib Slaibi Filho (1986) após os debates realizados em simpósio organizado pela Escola Superior da Magistratura Nacional em 1983, os quais passa-se a analisar a seguir:

a) Lojas-âncoras: Aquelas de grande porte e já conhecidas pelo público, geralmente localizadas nas extremidades do imóvel com a finalidade de desenvolver o mesmo;

b) Lojas Satélites: Aquelas que possuem prestígio, em menor escala, e que também estimam o shopping

c) *Tenant Mix*, que consiste na estruturação do complexo de lojas de modo a atender o objetivo comercial almejado;

d) clientela de corredores, que é formada a partir da perspectiva de não possuir lojas voltadas para a rua, com o fim de estimular a circulação dentro do centro e o conseqüente interesse por todas as lojas que o integram.

Através destes elementos surgem sub-elementos fundamentais, tais como: Gama de clientes de alto nível, aumento do poder de escolha e maior motivação de aquisição (MARINI,2000).

Analisando tais informações é possível compreender o conceito impecável trazido por Fábio Coelho (1992, p.336):

De fato, o empreendimento denominado Shopping center é mais complexo. Além da construção do prédio, propriamente dita, o empresário deve organizar os gêneros de atividade econômica que nele se instalarão. A ideia básica do negócio é por à disposição dos consumidores, em um local único, de cômodo acesso e seguro, a mais variada sorte de produtos e serviços. Assim, as locações devem ser planejadas, atendendo às múltiplas necessidades do consumidor. Geralmente, não podem faltar em um shopping center certos tipos de serviços (correios, bancos, cinemas, lazer, etc.) ou comércios (restaurantes, lanchonetes, papelarias, etc.), mesmo que a principal



atividade comercial seja estritamente definida (utilidades domésticas, moda, material de construção, etc.), pois o objetivo do empreendimento volta-se a atender muitas das necessidades do consumidor. É esta concentração variada de fornecedores que acaba por atrair maiores contingentes de consumidores, redundando em benefício para todos os negociantes.

Portanto, entende-se que o Shopping center é, inegavelmente, uma das maiores conquistas da atividade mercadológica. Ao agregar em um só lugar conforto, lazer, segurança e rapidez, o empreendedor atende às necessidades de consumo da sempre imediatista sociedade moderna, atingindo o status de estrutura luxuosa e, sobretudo, prática para os dias atuais.

1.3 Planejamento e funcionamento

Compreender o funcionamento do projeto que dá origem ao Shopping, desde a sua idealização até sua concretização, auxilia na apreensão sobre o papel do empreendedor e do lojista, bem como os contratos firmados entre eles e suas cláusulas.

Para uma primeira noção, conforme sugere Caio Mário da Silva Pereira (apud, BARCELLOS, 2009), é conveniente dividir o desenvolvimento do centro mercantil em etapas. Através de um sucinto exame das três fases (preparatória, de construção e de uso) conclui-se a imprescindibilidade da figura do empreendedor que deve planejar, executar e manter a exploração do Shopping center.

A partir da idealização do projeto o empreendedor realiza uma série de pesquisas (econômicas, arquitetônicas, geográficas, de marketing, etc.) objetivando formar o perfil do empreendimento de acordo com o ramo comercial pretendido, bem como área e população em que será inserido. Com o início da construção, o empreendedor começa a negociar com lojistas e, assim, idealizar a melhor disposição das lojas dentro do centro que favoreça o consumo. Inaugurado o centro comercial, dá-se início à fase de uso em que se definem os deveres e obrigações de lojistas e empreendedores.



Percebe-se que quanto ao papel do empreendedor, que este não se resumirá em esperar apaticamente os lucros oriundos da cessão de uso aos lojistas. É notório que a existência do centro comercial, por si só, já é um sucesso, sucesso, entretanto, potencial já que o êxito pleno dependerá da forma como é empreendido. Assim, cabe ao empreendedor ter sempre a visão geral de todo o complexo, mantendo o mix tal qual como planejou e administrando atentamente todo o conjunto (MARINI,2000).

Já aos lojistas, cabe a função de compor a gama de serviços oferecidos pelo Shopping, ficando submetidos às normas contidas nas normas gerais³ e no regime interno⁴. Estarão também obrigados a pagar uma quantia mensal relativa a seu faturamento bruto, atendo-se a um valor mínimo, e a serem solidários ao fundo de promoções⁵ e de despesas⁶ do Shopping,

2 CONTRATO DE SHOPPING CENTER

Como há de se averiguar, os contratos locatícios de shopping center possuem natureza polêmica, sistemática e complexa. Por vezes, são compreendidos como contratos de locação submetidos à Lei de Inquilinato (8245/91) ao passo que, em outras, são considerados como contratos atípicos em razão da presença de elementos estranhos.

O presente capítulo visa estabelecer uma orientação para o melhor entendimento do que vem a ser o contrato de locação de Shopping center e a problemática que lhe envolve, passando pelos principais aspectos inerentes ao contrato em geral e de locação, bem como pelos princípios fundamentais do direito contratual.

³ Impõe, invariavelmente, à todos os lojistas uma série de cláusulas contendo obrigações de fazer e não fazer;

⁴ Estipula sobre o funcionamento do centro, uso das áreas comuns e privativas

⁵ Formado por taxas mensais pagas pelos lojistas, com o fim de divulgar o centro comercial.

⁶ Corresponde a taxas mensais pagas pelos lojistas para cobrir despesas relativas ao fornecimento de água, energia, manutenção e segurança.



2.1 Aspectos legais e princípios fundamentais do contrato em geral

Considerado por excelência como um negócio jurídico, o contrato é o principal instituto do Direito das Obrigações, revestindo-se como elemento primordial ao Direito Privado. Possui como finalidade principal e secundária, respectivamente, atender as necessidades do ser humano e servir como instrumento para as relações jurídicas patrimoniais, estando, para isso, atrelado às exigências da ordem jurídica (bons costumes, função social, boa fé e objeto lícito) (DINIZ, 2008).

Ainda, para que um contrato seja recebido pelo poder judiciário deve seguir não só os solenes parâmetros de validade jurídica, mas também, e principalmente, às soberanas regras de inestimável valor moral e social.

Acerca desses princípios que norteiam os contratos, destacam-se:

a) Princípio da autonomia da vontade: As partes podem acordar livremente os pontos que lhes são interessantes (DINIZ, 2008);

b) Princípio da força obrigatória do contrato: O contrato é lei entre as partes (GOMES, 1997);

c) Princípio da equivalência material: Possui como função manter o equilíbrio do contrato, corrigindo eventuais desequilíbrios ao longo de sua execução (LÔBO, 2002);

d) Princípio da Boa-fé Objetiva: Regra de conduta dos indivíduos nas relações jurídicas obrigacionais que impõe uma atuação correta, leal e honesta (LÔBO, 2002);

e) Princípio da conservação dos contratos: A nulidade de uma cláusula abusiva não deve invalidar o contrato;

f) Princípio da função social: Não deve ser interpretada como proteção especial do legislador em relação às partes economicamente mais fracas. Significa a manutenção do equilíbrio contratual.



Cabe ressaltar que quanto ao princípio da força obrigatória do contrato, em razão das tendências do Direito moderno esse princípio não pode ser considerado absoluto. Segundo Flávio Tartuce (2008), tal princípio configura, na verdade, uma exceção à regra geral da sociedade, que é secundária à função social do contrato.

A incidência destes princípios nas convenções entre particulares mostra-se extremamente necessária diante dos diferentes cenários existentes dentro de uma sociedade e que refletem especialmente a desigualdade. A opressão geradora de tal aspecto pode partir não só do ente estatal como também de vários fatores privados, ligados, por exemplo, ao mercado, à sociedade e a empresa.

Portanto, ao observarem, as partes, sobretudo a boa-fé objetiva (juntamente com suas três funções ⁷) e a função social, estarão de acordo às atuais disposições sobre o Direito contratual, que, são individualizadas por um enfoque dinâmico e coletivo dos contratos, pela evidência do estilo de colaboração entre os contratantes e pelas preocupações com a pessoa abstrata. Pode-se afirmar, em síntese, que os contratos, atualmente devem ser avaliados por formarem saudáveis meios de relacionamento social.

Em decorrência, do panorama capitalista que vivenciamos na atualidade, há a nítida dominância das empresas privadas, por isso não raras são as vezes em que visualizamos contratos com conteúdo determinado em razão do seu maior poder dentro do mercado, já que os negócios jurídicos se realizam entre essa classe dominante e pessoas, físicas ou jurídicas, que não possuem o mesmo status econômico (JUSEFOVICZ, 2003).

Conforme define Eliseu Jusefovicz (2003, p.159) :

O fato é que a concentração crescente das empresas leva a um constante aumento do poder negocial no momento de firmar contratos e a uma elevação das possibilidades de predisposições unilaterais de cláusulas contratuais que reduzem as obrigações dos

⁷ (i) Função Interpretativa (artigo 113,Código Civil): a boa-fé objetiva serve como suporte na orientação do magistrado quando da necessidade de suprir lacunas existentes na legislação; (ii) Função de Controle (artigo 187, Código Civil): o princípio delimita o exercício abusivo dos direitos subjetivos, reprimindo a presença de cláusulas de caráter abusivo; (iii) Função integrativa: anexada a deveres de conduta, inerentes a qualquer contrato e que, portanto, dispensam previsibilidade no corpo do instrumento jurídico.



predisponentes, agravam as dos aderentes, não raro, por meio de “cláusulas contratuais gerais”.

Assim, tendo em vista a evolução consumerista decorrente do sistema capitalista, surgiu em 1990, o Código de Defesa do Consumidor, idealizado para harmonizar as relações entre consumidores (parte mais fraca) e fornecedores (parte mais forte). Conseqüentemente, acabou se firmando como um marco na busca da manutenção do equilíbrio contratual e transformando o direito como um todo, pois ao trazer o entendimento de que as partes contratantes não são iguais, o CDC, apoiado por consagrados princípios da Carta Magna, trouxe uma visão aguçada sobre a tutela das relações contratuais, que se encaixam ao atual momento econômico do país.

De tal forma, conforme se verificará ao longo da presente pesquisa, a partir do momento que tais princípios passam a ser destacados pelo referido diploma, adquirem a qualidade de disposições gerais, capazes de proporcionar ao magistrado uma maior flexibilidade para julgar adequadamente os casos que lhe são apresentados, eliminando incongruências do sistema jurídico decorrentes da imprevisibilidade de proteção ao vulnerável pela maioria dos diplomas legais.

Por fim, quanto à previsão legal os contratos, esses se classificam em:

a) Típicos: quando a lei o regulamentar, fixando regras de tratamento e lhe fornecendo uma denominação;

b) Atípico: Quando o contrato não for disciplinado pelo ordenamento jurídico, mas que esteja sujeito às normas gerais de contrato e que preserve sua licitude. Será atípico propriamente dito, quando dentro do mesmo instrumento não se conjugam dois elementos distintos, ou seja, apresenta somente um elemento, e atípico misto quando forem capazes de agregar em uma única estrutura contratual elementos diversos (tipos ou atípicos).



2.2 Do contrato de locação

Tratando dos requisitos que integram o contrato de locação, Venosa (2006) traz um apontamento daqueles que considera essenciais, os quais serão trabalhados a seguir.

Primeiramente destaca-se aspectos como o consentimento válido, ou seja a aceitação recíproca dos contratantes de se comprometer ao contrato, que deve ser livres de vícios que possam acarretar a invalidade do ato (erro, coação, dolo, simulação e fraude) e a capacidade das partes, aquela que garante as condições para a realização de atos da vida civil em geral.

No que tange ao objeto, há uma série de peculiaridades: deve ser não fungível, ou seja, possível de ser devolvido, quando do término do contrato, ao locatário nas exatas condições em que fora recebido; ser alienável, isto é, ser disponível ou estar no mercado, sendo inaceitável o objeto inalienável por motivo natural, legal ou voluntário; ser determinado ou determinável; não pode ser consumível, já que do contrário não seria possível a devolução pelo locador; necessita ser apto de uso e gozo pelo locador que, assim, possua faculdade suficiente para dispor do mesmo, sem precisar ser o proprietário; por fim, é fundamental a idoneidade, sendo que o objeto inadequado ou ilícito torna o negócio jurídico ilegítimo.

Ainda no plano dos requisitos, há a presença do aluguel, que deve ser composto de quantia determinada no contrato, a ser paga periodicamente durante o prazo pré-estipulados para duração da locação, que pode ser determinado ou não, de acordo com o livre arbítrio das partes contratantes.

Finalmente, destaca-se que o contrato em comento não exige um formato específico, podendo as partes escolher a que preferirem, sendo possível até mesmo ocorrer oralmente, salvo vedação expressa.



2. 3 Do contrato de locação de shopping center

A cessão de uso do espaço situado em shopping center não ocorre por meio de um único instrumento harmonizador de direitos e obrigações, é, porém, acompanhado de peculiaridades em sua forma, tanto nos ditames que o regem quanto nos documentos que o complementam. Portanto, pretende-se nesse item proporcionar uma visão geral sobre a estruturação desse tipo de contrato, ficando o estudo pormenorizado de suas cláusulas controversas para o próximo capítulo.

2.3.2 Qualidade das partes

Tendo em vista a noção de Shopping center, considera-se que os lojistas são, em sua maioria, empresários, sendo as lojas o estabelecimento para o exercício de suas atividades.

Atua também como empresário o empreendedor, pois nas palavras de Rubens Requião (apud BARCELLOS, 2009, p.86):

O interesse do empreendedor do centro comercial não se cinge como um medíocre proprietário rendeiro à colher aluguéis. (...) Tem a vocação e iniciativa de grande empresário que realmente é.

O empreendedor exerce atividade econômica, ou seja, gera riqueza, na medida em que ele projeta, executa e administra toda a estrutura formada pela organização do conjunto de lojistas, visando unicamente otimizar a circulação de produtos e serviços, potencializando lucros.

De tal forma, segundo Rodrigo Barcellos (2009), o contrato trabalhado aqui, é interempresarial sendo pertinente interpretá-lo segundo os institutos que lhes são conexos, quais sejam: Boa-fé objetiva, incidência dos usos e costumes e princípio do equilíbrio econômico juntamente com seus dois sub-elementos, onerosidade excessiva e instituto da lesão. Nesse sentido, as palavras do referido autor:



Na interpretação dos contratos interempresariais, deve-se levar em consideração a função econômica do contrato e as atividades empresariais em que ele está inserido. A aplicação dos princípios da boa-fé, da função social e do equilíbrio econômico, bem como dos usos e costumes, devem ter como norte fomentar modelos de cooperação para estimular a solidariedade e não facilitar a promoção de litígios. (2009, p.72)

2.3.3 Da natureza jurídica

A espécie jurídica que dá a cessão de uso do espaço físico da loja ao lojista pelo empreendedor é notoriamente controvertida. Compreendem alguns autores tratar-se de contrato de locação (típico, com cláusulas atípicas, ou coligado a outros contratos) outros, entretanto, acreditam que se trata de contrato atípico.

Em razão da grande polêmica que envolve esse assunto, esse trabalho não possui a pretensão de esgotar o tema de forma amplamente didática, visto que esse item, por si só, poderia ser tema principal de uma pesquisa.

Em um primeiro momento, é possível entender que toda a complexidade poderia ser resolvida pela simples leitura da legislação, já que de forma nítida o artigo 52, em seu §2º, e o artigo 54, ambos da lei 8245/91, tratam o contrato como locatício ao fazer uso da expressão “locação”.

Nesse sentido, encontra-se a doutrina tradicional, tendo como precursor Caio Mário da Silva Pereira apoiado por Washington de Barros Monteiro (apud BARCELLOS, 2009), que destaca como característica o fato de estarem presentes três elementos relacionados a locação: “a coisa cujo uso é cedido”, “o preço” e “o acordo de vontades”. Para esse jurista os elementos peculiares próprios do contrato de Shoppings centers seriam apenas “elementos acidentais” que não influenciam na desconfiguração de contrato locatício, tornando-o apenas impuro.

Entretanto, entende Rubens Requião (apud GONZALEZ, 2003), tratar-se de contratos coligados em que se incluem o contrato básico de locação, o contrato de cessão de uso do nome comercial do shopping center, a sociedade civil composta



pela Associação de lojistas e, ainda, a constituição de um fundo de promoção do Shopping center para a sua divulgação.

Ainda, para esse autor:

No 'centro comercial' não vejo organização jurídica desse tipo. Os contratos que surgem em torno da organização não se fundem, nem resultam num novo contrato. Eles apenas se congregaram, ou melhor, se coligam, a fim de disciplinar o empreendimento comum. Cada um permanece com sua individualidade jurídica própria, embora unidos por laços econômicos de interesses entre seus componentes (apud GONZALEZ, 2003, p.59)

E concluiu:

Assim, vejo no centro comercial não uma figura modelada por um contrato, mas apenas a coordenação ou coligação de vários contratos, que estruturam juridicamente a organização e atividade. (apud GONZALEZ, 2003, p.59)

Assim, devemos nos afastar da ideia inicialmente levantada de que o impasse sobre a natureza do contrato estaria resolvida pela nomenclatura trazida pela lei, visto que como já fora exposto, o nome dado pelas partes ou pela lei é apenas um dos vários critérios que há de serem levados em conta na hora de qualificar um contrato.

Nesse sentido, Darcy Bessone (apud BARCELLOS, 2009, p.116):

A coisa é uma, o nome é outro. Se se atribui o nome errado a uma certa coisa, ela não deixa de ser o que é. Se a um homem dá-se o nome de mulher, ele não muda de sexo só por isso. Calamandrei professou que o Poder Legislativo não pode transformar em verdade erros manifestos, do ponto de vista científico. O erro de nome jurídico, ainda que se encontre na lei, não tem aptidão para alterar a natureza da relação contratual.

O que é possível apreender diante do exposto, é que seja qual for o entendimento doutrinário, nenhum dos renomados autores excluiu a aplicação da Lei de Locação no contrato de cessão de espaço físico de loja situada em Shopping center.



É possível apreender, também, que é inegável o fato de que existem diversas características que são exclusivas do contrato firmado entre lojista e empreendedor, que são estranhos à lei de locação. Assim, entende-se pela atipicidade do contrato em tela. Mas, atipicidade pura ou mista?

Tendo em vista o estudo de Álvaro Villaça (apud GONZALEZ, 2003), em que esse constatou ser o presente contrato “um verdadeiro complexo unitário” em razão das diversas prestações que o compõem (dar, fazer e não fazer), o que faz com que não se localize dentro do complexo legislativo um instituto sequer capaz de, individualmente, receber o exótico tipo contratual, considera-se pela a atipicidade mista.

De acordo a inteligência de Maria Elisa Gualandi Verri (1996), aos contratos atípicos mistos devem ser aplicados as regras dos contratos em geral e, se for o caso, dos contratos típicos que mais se assemelhem a eles. O instituto desprovido de norma própria deve estar em conformidade com ordenamento jurídico vigente, com os bons costumes e com os princípios gerais do Direito, sendo cabível a aplicação da analogia conforme estabelece o artigo 4º Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro.

2.3.4 Causa e finalidade

Tendo em vista a universalidade de contratos constituída pelos contratos isoladamente firmados entre lojista e empreendedor, entende-se que a causa desses está intimamente relacionada a daquela. De um lado tem-se a criação, manutenção e desenvolvimento da loja, e de outro tem-se a sua integração ao complexo, praticando sua atividade de acordo com os benefícios de integrar o centro e, assim, contribuir para o desenvolvimento da estrutura criada pelo empreendedor.

Logo, o lojista tem como finalidade incluir seu estabelecimento no complexo visando lucro, enquanto que o empreendedor objetiva a implementação do seu centro comercial, oferecendo vantagens aos lojistas e ao público, para ampliar a



gama de frequentadores e conseqüentemente, de vendas e, assim aumentar o seu próprio lucro.

2.3.5 Sistema de contrapartidas

Como se sabe, no contrato de Shopping center, o lojista assume uma série de obrigações não comuns a uma contrato de locação não residencial básico em razão da organização do centro de lojas e os benefícios que esta proporciona. Tais prestações tem como contraprestações, segundo Darcy Bassone (apud BARCELLOS, 2009), tudo aquilo que o empreendedor estruturou para fundar e manter o ente orgânico.

Compreende-se que há sim um excesso de características em relação ao contrato locatício comum, porém torna-se nítido a sua ocorrência em razão da causa do negócio jurídico almejado, o interesse de estar inserido de forma integrada ao empreendimento comercial se beneficiando de seu *mix*.

3.3.6 Objeto

Diverso do que ocorre com a locação comercial, onde o objeto é basicamente o estabelecimento em si, que não está relacionado às estruturas que estão ao seu redor, o contrato locatício de shopping center possui como objeto lojas que estão integradas a um centro comercial. A diferença fundamental entre essas duas espécies contratuais se ressalta, principalmente, conforme Rodrigo Barcellos (2009), em razão da relação horizontal para com os demais lojistas e a vertical com o empreendedor.



2.3.7 Disposições legislativas

Sabe-se que o a utilização de espaço em Shopping center não conta com legislação própria, cabendo à Lei 8245/91 tratar das locações de imóveis urbanos, abarcando, portanto, tal espécie. Entretanto, míseros dispositivos foram destinados para tratar especificamente do tema, sendo eles o § 2º do artigo 52 e o artigo 54.

O § 2º do artigo 52 visa proteger o lojista no que tange a renovação do contrato, pois impossibilita o empreendedor de negar a renovação sob o pretexto de que pretende fazer uso do imóvel para si ou para fundo de comércio do qual faça parte, ou seus familiares, há mais de um ano.

Alguns doutrinadores, entretanto, alegam a inconstitucionalidade do presente artigo sob a alegação de estar ferindo o direito constitucional de propriedade.

É possível a compreensão de que esta divergência não há razão para prosperar, visto que a finalidade do empreendimento é a locação de seus vários espaços para terceiros. Vide o entendimento de Maria Bernadete Miranda (2007):

Com efeito, como se admitir a exceção de retomada, se os espaços existem para serem alugados? E, se a legislação comum prevê situações destinadas a impedir a continuidade da locação, mister se faz que um regramento apropriado atenda às singularidades das locações dos lojistas de shopping.

Em razão da sua reconhecida particularidade, doutrina entende ser imperiosa a necessidade de legislação própria, já que a legislação comum existente não atende as singularidades do presente contrato, dando espaço para a não prosperidade do mesmo. Não há que se admitir o direito de retomada pelo empreendedor, pois é inerente ao empreendimento em estudo a disponibilidade de seus espaços para o aluguel de terceiros.

Analisado o dispositivo citado, que diante de sua clareza, não exige grandes explicações, passa-se para a análise acerca do dispositivo que não goza da mesma nitidez, artigo 54 da referida Lei de Locações.

O caput, do referido artigo requer cautela ao ser interpretado, pois seu texto pode nos levar a equívocos inadmissíveis, que podem gerar a livre aceitação de



opressões e abusos advindos de absurdas cláusulas contratuais. Entretanto, amparados por uma racional e coerente análise contextual, podemos destrinchar o nebuloso texto trazido pelo legislador.

De pronto, deve-se ter em mente duas expressões fundamentais para melhor compreensão, quais sejam: “condições livremente pactuadas” e “disposições procedimentais previstas na lei do inquilinato”.

A primeira expressão nos leva a crer que a lei aplica o princípio da *Pacta sunt servanda* (intimamente ligada à autonomia da vontade) como o regramento da relação existente entre lojista e empreendedor, na qual se aplica uma liberdade que aceita tudo, respaldando qualquer tipo de cláusula pactuada, por mais absurda que seja (GONZALEZ, 2003).

Darcy Bessone (apud GONZALEZ, 2003), contudo, defende a aplicabilidade cega da autonomia da vontade na interpretação do artigo 54, pois segundo ele:

Assim houve o retorno a uma sistemática de liberdade contratual que é o modelo jurídico de Direito Contratual existente há milênios. A liberdade de contratar tem como conteúdo a autonomia da vontade, que é um dos princípios básicos do direito contratual que só deve receber limitações pelo respeito à ordem pública e aos bons costumes (...).

Tal linha de pensamento, como se verificará, acaba por colidir com as tendências revolucionárias do Direito atual, que visa se aproximar da evolução das relações sociais. Como já exposto, o momento histórico-jurídico vivido hoje, pretende mitigar o alcance de princípios inibidores da função social do contrato, tais como Princípio da conservação dos contratos, Princípio da força obrigatória dos contratos e Princípio da autonomia da vontade. Hoje, prioriza-se pela presença da probidade e da boa-fé objetiva na interpretação contratual, não devendo o texto sobressair ao justo.

De forma brilhante, Waldir Arruda Miranda Carneiro (apud GONZALEZ, 2003, p.71) soube dar a devida interpretação ao artigo 54, afastando as obsoletas noções de liberdade e autonomia. Vejamos:



“[...]prevalecerão[...]” Sobre o que? A redação dá a absurda impressão que a prevalência é sobre a própria norma inquilinária, A melhor doutrina porém, assumiu, que com essa ressalva, o legislador pretendeu, simplesmente deixar claro que as convenções incomuns às locações em geral, mas próprias àquelas estabelecidas em centros comerciais, não afastam a natureza locatícia do contrato.

Nota-se, portanto, que na realidade a intenção da Lei foi proporcionar abertura às condições que são próprias do empreendimento de Shopping center e que, ao mesmo tempo, são estranhas ao modelo de locação comum. Assim, a Lei de Inquilinato pôde acolher cláusulas como as de “proibição de vendas de mercadoria de segunda mão” e “obrigatoriedade de filiação de associação de lojistas”, considerando-as válidas e , assim, aproximar o contrato de Shopping center à locação tratada por ela. (GONZALEZ, 2003)

Ao que tange à segunda expressão, “ disposições procedimentais previstas na Lei de Inquilinato”, significa “destaque”, “relevância” sobre as normas procedimentais da própria lei Inquilinária, desde que compatíveis.

É oportuna a definição de Cristiane Paulsen Gonzalez (2003, p.73) quanto ao caput do artigo 54:

[...] estamos aptos a elaborar a adequada interpretação ao caput do artigo 54, qual seja: a relação entre lojista e empreendedor de Shopping, tida por locação, mesmo com os ditames que lhe são característicos, essenciais e próprios (os quais devem ser respeitado), se aplica a Lei do Inquilinato (no que for compatível), principalmente a parte que trata das disposições procedimentais, em especial, o direito à renovatória. Em outras palavras, “prevalência das condições livremente pactuadas” significa tão-somente “receptividade das condições peculiares e intrínsecas ao vínculo entre lojistas e empreendedor” e “prevalência das disposições procedimentais” é o mesmo que “ênfase às disposições relativas a procedimentos em razão da constatada importância e enquadramento às relações em Shopping

Superada a obscuridade encontrada no caput do artigo 54 da Lei 8245/91, trata-se, a seguir, de suas respectivos parágrafos, que trazem vedações ao empreendedor em receber do lojista algumas despesas extraordinárias.

O §1º do artigo 54, em sua alínea “a”, proíbe o empreendedor de cobrar do lojista as despesas relativas a obras de reformas ou acréscimos que interessem à



estrutura integral do imóvel, pintura das fachadas, empenas, poços de aeração e iluminação, bem como das esquadrias externas; indenizações trabalhistas e previdenciárias pela dispensa de empregados, ocorridas em data anterior ao início da locação.

Já em sua alínea “b”, o artigo 54, veda a cobrança por despesas com obras ou substituições de equipamentos que impliquem modificar o projeto ou o memorial descritivo da data do habite-se e obras de paisagismo nas partes de uso comum.

Finalmente, em seu §2º, preceitua que os gastos que forem eventualmente cobrados dos lojistas deverão estar previstos em orçamento, ou seja exige-se certa anterioridade. Deverão as despesas estar devidamente planejadas, discriminadas e demonstradas, para que o locador saiba previamente os gastos supervenientes. A falta de previsão orçamentária só será cabível em caso de urgência ou força maior.

Nota-se, conforme aludem Amador Paes de Almeida e Waldir de Arruda Miranda Carneiro (apud GONZALEZ, 2003), que os parágrafos citados visam evitar abusos comumente praticados pelo empreendedor. Porém, questiona-se: Os simples impedimentos trazidos pelos parágrafos do artigo 54 são, ou não, suficientes para conter os excessos?

Atentando-se à constatação de que “prevalecer” corresponde a “receptionar normas”, Waldir de Arruda Miranda Carneiro (apud GONZALEZ, 2003, p.74) faz a brilhante apreensão:

Como se vê, por mais que se queira considerar ‘particular’ a situação das locações de lojas em Shopping centers (como muitos sustentam, até certo ponto com razão), não se pode por conta disso, pretender que extravagantes estipulações que eventualmente constem de seus contratos gozem de, por assim dizer, ‘imunidade’ com relação às normas legais em vigor. O papel aceita tudo. O direito, não.

Tal assertiva se mostra pertinente, vez que com exceção daquilo que os parágrafos do artigo 54 trazem em seus textos, não existem outros obstáculos para o que for acordado entre lojista e empreendedores. Ocorre que, de forma alguma, pode a lei do inquilinato ser considerada soberana. Se a norma existente dá margens para situações capazes de impedir a prosperidade da locação e o justo



equilíbrio da relação entre os contratantes, se faz mister a elaboração de regramento especial à esse fato jurídico atualíssimo que é o Shopping center.

Logo, como escopo desse trabalho, tem-se a defesa da necessidade de criação de novos parâmetros reguladores e interpretativos do contrato de shopping center, capazes de pôr fim às extravagantes medidas impostas aos lojistas.

3 REFLEXOS JURÍDICOS DO TRATAMENTO LEGAL DADO AO CONTRATO DE SHOPPING CENTER

Como se pôde perceber, o ordenamento jurídico brasileiro não se preocupou em tutelar de forma ampla a relação existente entre lojista e empreendedor, lhes sendo designado míseras e nebulosas palavras na Lei de Locações (8245/91).

Impulsionados pela omissão e pela falta de conhecimento dos lojistas, não raras são as situações em que o empreendedor extrapola os limites da razoabilidade, impondo á aqueles condições marcadas pela abusividade.

3.1 Da abusividade

Os lojistas acabam se submetendo às imposições do empreendedor em razão destes exercerem o poderio sobre o bem locado e por estarem em posição privilegiada dentro do mercado. Portanto, visando preservar o seu maior patrimônio, o ponto comercial, o lojista se mostra acuado, tornando-se vulnerável, e “obrigado” a acatar cláusulas leoninas.

Muito embora o repúdio às cláusulas abusivas seja um dos fundamentos basilares do Direito consumerista, entende-se que a falta de igualdade entre as partes no plano econômico e a existência de cláusulas tidas como abusivas também estão presentes nos negócios civis e empresarias. Segundo Eliseu Jusefovicz (2003), corroboram de tal entendimento os renomados juristas Lima Marques, Claudio Santos, James Marins Souza, Carlos Alberto Bittar, Fábio Ulhoa Coelho e



Nelson Nery Junior. Entretanto, o Código Civil não possui uma norma específica para tratar das cláusulas abusivas.

Existe, sim, algumas normas, porém tratam da abusividade somente em casos específicos que não abarcam o contrato em estudo. Doutrina dominante entende que a extensão dessa proteção para o âmbito civil, deve atingir apenas os contratos de adesão, pensamento esse que vai de encontro aos fundamentos do próprio Diploma Civil: Justiça social e igualdade substancial entre as partes (AZEVEDO,2011).

Assim, questiona-se: se sendo o contrato de adesão um fenômeno típico da sociedade de consumo e que acabou por receber proteção civil, seria possível vislumbrar a extensão da tutela proporcionada ao consumidor a outros igualmente vulneráveis, mas que se encontram fora de uma relação de consumo ?

Ora, no Direito Civil ordinário, a afronta aos limites estabelecidos pela finalidade econômica e social, pela boa-fé e pelos bons costumes, resulta na configuração de uma conduta abusiva, e no direito do consumerista esta ocorre por uma posição mais dominante do fornecedor em relação ao consumidor (MIRAGEM, 2009). Desse modo, é possível entender pela possibilidade de anulação de cláusulas abusivas presentes em um contrato não consumerista, tendo em vista a base principiológica do direito contratual e a íntima ligação entre abuso de direito e cláusula abusiva, no sentido de que ambas ofendem a boa-fé e ultrapassam os fins sociais e econômicos do negócio jurídico (AZEVEDO, 2011).

Ainda, o artigo 29 do Código de Defesa do Consumidor, preceitua que as questões inerentes aos capítulos V e VI devem ser observados quando dos contratos firmados por pessoas que não sejam consumidores, mas a eles comparadas. Deste modo, encontra-se dentro dos referidos capítulos o artigo 51, que trata das cláusulas abusivas, impondo sua nulidade e trazendo um rol meramente exemplificativo.

Nesse mesmo sentido, Eliseu Jusefovicz (2003, p.176):



Diante da falta de um regime específico, o intérprete atento à incidência de situações similares às que ocorrem nas relações de consumo, pode utilizar-se do indicativo previsto na disposição do artigo 29 do CDC para encontrar a solução mais adequada e congruente com o sistema jurídico atual. Ora, se foi a padronização, a desigualdade de poder negocial e a vulnerabilidade do contratante mais fraco que conduziram o legislador a dar especial proteção aos consumidores no mercado, agora, uma vez verificada essa realidade nas relações civis e empresariais, 'o direito não pode minimizar essa situação sociológica de submissão ou sujeição e continuar a proceder como se estivesse perante uma normal aceitação, a não ser...a não ser que o direito se queira comportar como uma arte de negar com método as realidades sociais.

Ressalta-se que os apontamentos trazidos aqui não devem levar a um pensamento equivocado de aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor nas relações não consumeristas, visto que assim acabaria por desvirtuar tal diploma, bem como o Civil e o Empresarial. Objetiva-se, entretanto, estabelecer uma extensão da noção de proteção auferida por lei ao consumidor para o lojista, igualmente vulnerável às imposições de uma parte mais forte.

Logo, tendo em vista a complexidade que envolve o atípico contrato de shopping center, seria bastante razoável que o judiciário, diante de situação tão nitidamente desequilibrada, aplicasse seus esforços no sentido de superar as incoerências do sistema jurídico, a fim de dispor de igual tratamento aos mais fracos, seja qual for a circunstância.

Finalmente, tendo como base o que já fora abordado, é primordial que se tenha em vista os princípios norteadores do direito dos contratos trazidos pelo diploma civil, a moderna tutela à parte vulnerável citada pelo Código de Defesa do Consumidor e, sobretudo, os princípios (dignidade da pessoa humana, artigo 1º,III; livre iniciativa, artigo 1º,IV;), e objetivos da República (construção de uma sociedade livre, justa e solidária, artigo 3º,I, Constituição Federal; redução das desigualdades sociais, artigo 3º, III e artigo 170, VIII, Constituição Federal) para que seja garantido desenvolvimento da ordem econômica "de acordo com os ditames da justiça social" (artigo 170,caput,Constituição Federal) (JUSEFOVICZ, 2003) .



3.1.1 Cláusulas abusivas presentes nos contratos de shopping center

De acordo com o estudo realizado até então, é possível verificar que a relação firmada entre lojista e empreendedor é marcada por diversos interesses dependentes entre si, que não se limitam a simples locação de um espaço situado no centro comercial.

Entretanto, segundo Mário Cerveira Filho (2013c), enquanto aos olhos da sociedade a relação em comento se passe em uma atmosfera harmônica, o olhar atento de um profissional visualiza a prática de comportamentos arbitrários e discricionários pelo empreendedor, que ocasionam vários conflitos na relação com os lojistas, os verdadeiros parceiros “ocultos”, que dão sustentação ao empreendimento.

Desse modo, neste momento se faz pertinente trazer um rol exemplificativo das principais cláusulas causadoras de conflitos entre lojista e empreendedor, e que devem, no mínimo, serem impugnadas, já que não encontrariam amparo legal em outro espécie contratual:

- a) Renúncia ao direito de preferência na aquisição do imóvel, quando da sua possível alienação;
- b) Imposição de condições nitidamente indevidas para que o contrato seja renovado pelo lojista;
- c) Filiação obrigatória e exclusiva à associação criada pelo empreendedor;
- d) Pré- estipulação de aumentos reais para a futura renovação;
- e) Cláusula de raio ou de exclusividade;
- f) Responsabilidade do lojista pelo pagamento de despesas previstas no artigo 54 §1º “a” e “b”, da Lei 8245/91;
- g) Cobrança de 13º, 14º, 15º e 16º aluguéis;
- f) Impossibilidade do aluguel mínimo e do aluguel percentual serem objetos de ação revisional ou renovatória;
- h) Multas exorbitantes quando da rescisão do contrato por parte do lojista, antes do prazo estipulado;
- i) Absoluta sujeição do lojista ao empreendedor quanto à decoração interna, vitrines, exposição de mercadorias, letreiros, etc, do ambiente comercial;
- i) Ter o locador a competência de exigir a modificação ou a retirada de qualquer item colocado no interior da loja, o qual possa ser visto pelas partes



comuns, que ao seu juízo não seja equivalente com a estética geral do shopping center.

3.2. Legislativo, judiciário e lojistas frente à falta de norma específica

Pelo estudo realizado até aqui, nota-se pela existência de diversas cláusulas de caráter questionável impostas coercitivamente pelo empreendedor ao lojista, capazes de produzir contínuas desavenças entre esses.

Certo é que a partir do conflito entre as partes, os contratos são questionados cabendo ao judiciário decidir se cláusulas e condutas estão em conformidade com aquilo que se considera justo.

Entende-se que o negócio jurídico firmado entre as partes deve sim ser respeitado, entretanto, sendo trazidas ao judiciário situações que desafiam a lógica e que ensejam nítida injustiça, cabe a esse intervir considerando-as nulas, já que pela falta de norma especial para tratar do assunto figura o poder judiciário como único legitimado para suprir os eventuais desequilíbrios.

As cláusulas trabalhadas no tópico anterior prejudicam não só a classe dos lojistas como a sociedade em seu todo. Isso ocorre em razão dos reflexos da omissão do lojista, que incidirão sobre o público consumidor através do acréscimo de custos aos produtos e serviços fornecidos a eles, o que contribui com o aumento da inflação (CERVEIRA FILHO, 2013b).

Assim, o questionamento evocado por este trabalho almeja provocar novos parâmetros interpretativos, que servirão como auxílio aos relegados lojistas e ao judiciário, sobretudo, tendo em vista o atual momento em que cada vez mais empreendedores investem em centros comerciais, ampliando ou instalando novos.

É espantoso o fato de até o presente momento não ter sido a relação interempresarial proveniente da locação de espaços em Shopping center amparada por Lei própria. Tal empreendimento comercial já está mais do que inserido no panorama da sociedade contemporânea, constituindo um dos fatores basilares para a circulação de produtos e riquezas no país. A busca por espaços neste centro tende



a crescer juntamente com o desenvolvimento do mesmo, ao passo que o mecanismo legal capaz de regulamentar tal relação se mostra estagnada às miseras palavras presentes na lei 8245/91, dando margem ao arbítrio dos empreendedores à classe lojista, que é o verdadeiro alicerce do empreendimento. O empreendedor precisa mais do lojista do que esse daquele: Sem lojista, não há Shopping. Sem shopping, o lojista pode exercer sua atividade empresarial nas ruas.

Por isso, tendo em vista os benefícios que a relação entre essas duas partes gera para a economia nacional, é fundamental regulamenta-la a fim de se estabelecer um razoável equilíbrio contratual, fazendo com que os interesses das partes se encontrem, em prol de um crescimento mútuo.

Em 1992, o professor Darcy Bessone encaminhou ao Ministério da Justiça um Anteprojeto de Lei que visava regular os Shoppings centers e as relações neles envolvidas (VERRI, 1996). A louvável intenção, entretanto, não logrou êxito tendo o Ministério decidido pelo arquivamento do Anteprojeto.

Talvez tal ocorrência tenha se dado em razão do momento vivido na época em que foi apresentado, onde as relações que rodeiam o organismo do Shopping center não estavam devidamente consolidadas, não tendo despertado o interesse de dar prosseguimento ao projeto. Justificativa que, para os dias de hoje torna-se invocável.

Assim, tendo como base o Anteprojeto de Darcy Bessone, existem atualmente diversos projetos de Lei que visam alterar as relações de lojistas e empreendedores através da atualização da Lei do Inquilinato, são eles: Projetos de Lei nºs 7137/02, 453/03, 6625/06, 7323/06, 1489/07, 2253/07, 2324/07 e 4447/12.

Por ora, enquanto não se visualiza a concretude do devido amparo legislativo, entende-se ser conveniente que o judiciário fiscalize o conteúdo do contrato, quando do seu questionamento, realizando a devida revisão e anulação das cláusulas abusivas, amparando-se na horizontalização dos direitos fundamentais, tutelando o equilíbrio da relação contratual.

Defende-se, ainda, a ideia trazida por Mário Cerveira Filho (2013a), de que é fundamental que os lojistas promovam o diálogo entre si com finalidade de evitar a



inércia e buscar melhores soluções para superar os impasses encontrados nas relações com o empreendedor.

Continuando com maneiras extrajudiciais de diminuir as arbitrariedades do empreendedor, entende o referido jurista ser importante que a Associação de Lojistas do shopping center possua um banco de dados à disposição de seus associados, para que os valores dos aluguéis possam ser consultados e, assim, servirem de base para traçar um roteiro seguro para futuras revisões de valores. Também seria interessante que a Associação contratasse um perito para elaborar um laudo técnico com os valores locatícios de todas as lojas que compõem o centro, para que, no caso de ação revisional ou renovatória, este fosse atualizado e integrasse a ação a fim de orientar o magistrado na fixação de novo valor, justo para ambas as partes.

No cenário capitalista vivenciado atualmente, é nítida a presença de forças contrárias nas diversas relações que marcam o desenvolvimento sócio-econômico.

Pela exposição dos assuntos apresentados é possível verificar um panorama desigual em que lojistas, almejando a conquista de seu público alvo através da qualidade do ponto comercial, acabam por assinar contratos traiçoeiros, muitas vezes de forma ingênua, com o empreendedor.

A falta de equilíbrio entre as forças, decorrente da influência econômica de um para com o outro, fica ainda mais discrepante quando do desequilíbrio contratual, muitas vezes justificado em nome da exclusividade de gestão e de aspectos diferenciados proporcionados pelos shoppings centers, que, com a ideia de aumentar e fazer circular os lucros integra praticidade, segurança, lazer, luxo e modernidade. Torna-se necessário, portanto, o questionamento dos atuais parâmetros dessa relação contratual, tão complexa e, sobretudo, atípica pela falta de norma especial reguladora.

Mitigar os efeitos causados pela falta de amparo legislativo próprio torna-se flagrante diante dos reiterados impasses decorrentes das condutas extrapolatórias do empreendedor.



Diante da indisponibilidade de tal regramento o presente estudo toma como base as tendências do Direito Contratual contemporâneo, à luz dos princípios fundamentais, visa o equilíbrio material entre as partes. Nesse sentido, entende-se pela proibição das cláusulas abusivas, afim de efetivar a equivalência da relação, e, assim, conseguir que ambos possam ter lucro, sem a necessidade de prejuízo do outro.

Tendo em vista que a presença do lojista juntamente com a visão de gestão do empreendedor forma um mecanismo fundamental para concretude do empreendimento como um todo, não há razão para a existência de cláusulas que possam contribuir para o crescimento da inflação ou para a quebra do lojista.

O interesse principal deve ser o crescimento mútuo do lojista e do empreendimento, livre de abusos e capaz de contribuir com desenvolvimento econômico pátrio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o aumento expressivo das necessidades de consumo, advindas do modelo de sociedade capitalista, os centros comerciais evoluíram para um complexo capaz de englobar, em um só lugar, uma grande quantidade de produtos e serviços. Assim, deu-se origem aos atuais shoppings centers, que conseguem atender as vontades da sociedade contemporânea, agregando, simultaneamente, em sua estrutura elementos fundamentais de uma vida moderna (segurança, lazer, conforto e praticidade) com o luxo e qualidade de comércio.

Os shoppings centers constituem, portanto, uma tendência nova, fruto das aprimoradas e respectivas técnicas de venda e gestão, do lojista e do empreendedor, o que reflete em um novo modelo de negócio jurídico, com institutos próprios.

O contrato de locação em shopping center, diante de seus elementos exclusivos, é entendido pelo presente estudo, como um contrato atípico misto,



incorporando elementos locatícios, abordados pela Lei de Locação (8245/91), e elementos estranhos a essa e que não recebem amparo de outra lei.

Ocorre que a Lei 8245/91 direcionou expressamente, ao contrato trabalhado, apenas singelas e nebulosas palavras, que dão margem para comportamentos abusivos por parte dos empreendedores. Os lojistas, por almejamem a garantia de um ponto comercial de elevado valor, acabam por aceitar as exigências dos empreendedores, detentores de maior poder econômico e, sobretudo, da propriedade do bem desejado por aqueles. Com a aceitação do lojista, ocorre uma quebra do equilíbrio contratual, já que, muitas vezes, há uma onerosidade excessiva para esse.

Diante dessa relação, cada vez mais presente no cotidiano jurídico, teve essa pesquisa o intuito de promover questionamentos acerca da posição que se encontram os lojistas, bem como das cláusulas presentes nos contratos firmados. Para isso, utilizou-se de estudos que abrangeram desde as origens dos referidos centros, passando pelos mecanismos que envolvem toda sua estruturação até o firmamento do contrato entre os interessados. Abordou-se também, para uma melhor compreensão, os principais aspectos inerentes aos contratos, em geral e de locação, bem como os elementos próprios do contrato em comento.

Foi analisada, ainda, a influência de princípios fundamentais da Constituição Federal, do Código Civil e do Código de Defesa do Consumidor, a fim de que, através de uma ampla interpretação, sejam superadas as incoerências ocorridas no contrato de locação entre lojista e empreendedor. Te tal forma, entende-se pela inafastabilidade de uma tutela isonômica, à todos os ramos do Direito, para aqueles que se encontram em situação desfavorável.

Em razão do êxito do Shopping como um todo e, conseqüentemente da sua contribuição para economia nacional, compreende-se que os interesses dos lojistas e do empreendedor devem coexistir e, para isso, é preciso uma procura pelo equilíbrio da relação, afastando as práticas abusivas.

Assim, diante da falta de lei específica capaz de abordar as particularidades de tão complexa espécie contratual, entendeu-se ser conveniente uma favorável



atuação do judiciário na superação das desavenças entre essas partes, pautada em preceitos basilares presentes na atual visão de interpretação dos contratos.

LEASE AGREEMENT OF SHOPPING CENTER: abuse and vulnerability

ABSTRACT

The presence of shopping centers nowadays is unquestionable. Its structure perfectly complies to the modern society demand, that more and more strives to supply its consumer needs in an easy and comfortable way. Such commercial center arises as new legal entity resulting from modern and creative sales techniques, that put together practicality, leisure, safety and comfort. Based on this view, the enterpriser plans, build and manage this whole complex, aiming, by a counterpart system with the shopkeepers, maximize the goods circulation, services and, of course, the consequential profit. So, the shopping center is composed by a whole of interentreprisers contracts individually signed between shopkeeper and enterpriser, that gives the use and fruition of the spaces located in the commercial center to those, in exchange for remuneration and specific conditions for such enterprise. The dissertation brings the focus to the mitigation of contractual freedom resulting from the few and nebulous words brought by law 8245/91, by a better action of the Judiciary to correct the abuse present in a so complex contractual relation. Also, calls attention for extrajudicial measures that may be adopted by shopkeepers trying for the satisfactory balance of the relation, while not having the pertinent law published. So, it is expected to contribute for the solidification of a healthy and abuse-free relation, and assure the prosperity of the enterpriser, the shopkeeper, the center itself and the national economy.

KEYWORDS: SHOPPING CENTER. ENTERPRISER. SHOPKEEPER. UNFAIR TERMS. CONTRACT



REFERÊNCIAS

AZEVÊDO, Pedro Pontes de. Vulnerabilidade e abusividade nos contratos civis e de consumo . In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIV, n. 90, jul 2011. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9811>.

Acesso em 09/ 2013.

BARCELLOS, Rodrigo. **O Contrato de Shopping Center e os Contratos Atípicos Interempresarias**. 1.ed., São Paulo: Ed. Atlas, 2009.

BRASIL. **CÓDIGO CIVIL** – Vade Mecum. 14. ed. atual. e ampl. – São Paulo: Ed. Saraiva, 2012.

BRASIL. **CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**. 14. ed. Atual. E ampl. – São Paulo: Saraiva, 2012.

BRASIL, **LEI Nº 8245 DE 18 DE OUTUBRO DE 1991**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 1991

CERVEIRA, Daniel Alcântara Nastri. Clausulas abusivas em contratos de locação em shopping centers. São José dos Campos: 2012. Disponível em : <<http://www.saojosedoscamos.com.br/canais-interativos/index.php?id=51890&cat=2>>. Acesso em: 08/2013.

CERVEIRA FILHO, Mario. **Ações Renovatórias e Revisionais em Shopping Centers**. 4. ed., São Paulo: Ed. Saraiva, 2013a.

CERVEIRA FILHO, Mário. Lei do Inquilinato: Cobrança de aluguel dobrado em shopping é abuso. São Paulo: 2013, **Consultor Jurídico**. Disponível em < <http://www.conjur.com.br/2013-jun-09/marcio-erveira-cobranca-aluguel-dobrado-shopping-abuso>>. Acesso em: 08/2013b.

CERVEIRA FILHO, Mário. **Direitos Dos Lojistas**. 7. ed., São Paulo: Ed. Saraiva, 2013c.

COELHO, Fábio Ulhoa, **Comentários a Lei de Locação de Imóveis Urbanos**. In: OLIVEIRA, Juarez de (coord). São Paulo : Ed. Saraiva, 1992.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito civil brasileiro**. 24. ed., São Paulo: Ed. Saraiva, 2008.

GOMES, Orlando. **Direito Civil: Contratos**. 17. ed., Rio de Janeiro: Ed. Forense, 1997.



GONZALEZ, Cristiane Paulsen. **Código de Defesa do Consumidor na Relação entre Lojistas e Empreendedores de Shopping Centers**. 1. Ed., Porto Alegre: Ed. Livraria do Advogado, 2003.

JUSEFOVICZ, Eliseu. Padronização e cláusulas abusivas nos contratos civís e empresariais. **Seqüência – Revista de pós-graduação em Direito da UFSC**. Florianópolis, v.24, n.47, p.153-185, 2003. Disponível em : < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/15283> >. Acesso em: 08/2013.

LÔBO, Paulo. Princípios sociais dos contratos no CDC e no novo Código Civil. **Jus Navigandi**, Teresina, [ano 7, n. 55, 1 mar. 2002](#). Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/2796>>. Acesso em: 08/2013.

MARINI, Celso. Shopping center. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 5, n. 43, 1 jul. 2000. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/609>>. Acesso em: 08/2013.

MIRAGEM, Bruno. Nulidade das cláusulas abusivas nos contratos de consumo: entre o passado e o futuro do direito do consumidor brasileiro. **Revista do Direito do Consumidor**. nº 72, outubro-dezembro. São Paulo: RT, 2009.

MIRANDA, Maria Bernadete. Shopping Center na Lei nº 8245/91. **Revista Virtual Direito Brasil**. v.1, n.1, 2007. Disponível em: <<http://www.direitobrasil.adv.br/artigos/sc.pdf>>. Acesso em: 09/2013.

SLAIBI FILHO, Nagib. **Comentários à Nova Lei do Inquilinato**. 9 ed., São Paulo: Ed. Forense, 1986.

TARTUCE, Flávio. **Teoria Geral dos Contratos e contatos em espécie**. 8. ed., São Paulo: Método, 2008.

VENOSA, Silvio de Salvo. **Direito Civil: teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos**. 6. ed., São Paulo: Atlas, 2006.

VERRI, Maria Elisa Gualandi. **Shopping Centers: aspectos jurídicos e suas origens**. 1. ed., Belo Horizonte: Del Rey. 1996.