

O INSTITUTO DA *RES SPERATA* E SUA NATUREZA JURÍDICA

Périssom Otávio Rodrigues¹
Emanuela Cristina Andrade Lacerda²

SUMÁRIO

Introdução; 1 Do contrato de locação em *shopping centers* e suas generalidades; 2 Do *Goodwill*³, Aviamento ou Fundo de Comércio. 3 Do instituto da *res sperata*⁴ e sua natureza jurídica; Considerações finais; Referências Bibliográficas.

RESUMO

O presente artigo científico, longe da pretensão de por termo à discussão sobre o tema a ele atinente, tem por desígnio discorrer acerca da natureza jurídica e elementos nucleares constitutivos da *res sperata*. Para tanto, tratar-se-á sobre o conceito de *res sperata* e as especificidades dessa modalidade contratual denominada, não raras vezes, de contrato de cessão de direitos que, invariavelmente, constitui anexo integrante dos contratos atípicos de locação nos complexos segmentos mercadológicos denominados *shopping centers*⁵. Objetiva, outrossim, fomentar questionamentos da sociedade jurídica no que concerne à razão de ser da cessão do fundo de comércio pertencente aos empreendedores de *shopping centers*, à definição desta e perquirição de existência ou não de liame com a *res sperata* mediante análise da legislação aplicável e ensinamentos doutrinários no que toca ao assunto. Objetiva, ainda, trazer à baila as divergências e controvérsias tanto doutrinárias quanto jurisprudências relacionadas ao conceito e definição do instituto. Além disso, tem por objetivo principal, a ser alcançado ao albergue do método de pesquisa indutivo, explicitar as razões da impossibilidade de se tratar o instituto da *res sperata* como mera reserva de espaço comercial a ser locado em *shopping centers*.

Palavras-chave: *Shopping center*. Empreendedor. Lojista. *Res Sperata*. Natureza jurídica.

INTRODUÇÃO

Não é de hoje que se tem a certeza de que a realidade social está em constante mutação face à capacidade de invenção cerebrina do ser humano, daí

¹ Acadêmico do 9º período do Curso de Direito da Universidade do Vale do Itajaí. E-mail: perissonr@bol.com.br – perissonotavio@gmail.com. .

² Advogada e Docente da Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, Campus Balneário Camboriú/SC. Mestre em Ciência Jurídica pela Universidade do Vale do Itajaí. Doutoranda em Ciência Jurídica pela Universidade do Vale do Itajaí.

³ O termo será tratado em tópico próprio.

⁴ O instituto será tratado em tópico próprio.

⁵ O termo será tratado em tópico próprio.

decorrendo, portanto, o fato de a verdade irretorquível em um determinado tempo passar a não mais sê-lo. Tal afirmativa, por si só, impõe, por via reflexa, reconhecer-se que as concepções jurídicas relacionadas aos requintados negócios jurídicos hodiernos e ao próprio conceito de institutos não são perfeitos, inatacáveis e acabados, pois que se otimizam de maneira diretamente proporcional à evolução da ciência jurídica e inquietude de busca pela lídima Justiça.

As profundas mutações vivenciadas pela sociedade trazem consigo um sem número de inovações de pensamento e paradigmas que, constantemente, impõe à ciência uma adequação à realidade nascente.

Por isso é que a opção pelo tema a que se submete este artigo científico, como não poderia deixar de ser, repousa, dessa forma, no introito contributivo e enriquecedor para com a ciência jurídica no que tange às feições e contornos da realidade negocial existente entre empreendedores (proprietários locadores) de *shopping centers* e lojistas (locatários) e, mais especificamente, nas controvérsias e ausência de entendimento uníssono - seja ele doutrinário ou jurisprudencial – acerca da definição do instituto denominado *res sperata*, representado por verba paga ao empreendedor de *shopping center* quando da adesão dos lojistas no empreendimento.

Busca-se, assim, como questão emergente, desnudar a problemática da *ratio* do pagamento desta rubrica em relação à contrapartida do empreendedor - já que as fórmulas gerais tem se mostrado insuficientes ou inadequadas -, apontado, de maneira justificada, as incongruências relacionadas à conceituação e natureza jurídica do instituto segundo diferentes correntes e decisões que não se coadunam à conclusão a que no final deste trabalho se chegará.

De outro norte, como segundo artigo científico elaborado, tem por escopo a obtenção do Título de Bacharel em Direito pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI –, haja vista ser um dos requisitos para conclusão do curso e obtenção do título almejado.

No que tange à metodologia, empregou-se, na fase investigativa, o método⁶ de base lógica indutiva⁷. Já no tocante à estrutura metodológica, as técnicas

⁶ “Método é a forma lógico-comportamental na qual se baseia o Pesquisador para investigar, tratar os dados colhidos e relatar os resultados.” PASSOLD, Cesar Luiz. **Prática da Pesquisa Jurídica: ideias e ferramentas úteis para o pesquisador do Direito**. 7. ed. rev. atual. amp. Florianópolis: OAB/SC Editora, 2002. p. 104.

aplicadas ao artigo estão em conformidade com o padrão normativo da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

1 DO CONTRATO DE LOCAÇÃO EM SHOPPING CENTERS E SUAS GENERALIDADES

Antes de adentrarmos na questão relativa ao tema em que se ancora este tópico, imperioso que se esclareça, ainda que de maneira sucinta, acerca da definição do que vem a ser um *shopping center*.

A legislação pátria não trata da definição do termo *shopping center*, muito embora se utilize da expressão no artigo 54 da Lei 8.245/1991 – Lei do Inquilinato –, que prescreve que nas relações entre os lojistas – locatários – e empreendedores – locadores – prevalecem as condições livremente pactuadas nos contratos de locação.⁸

O jurista Nagib Slaibi Filho da seguinte forma define os *shopping centers*:

[...] grupo de estabelecimentos comerciais unificados arquitetonicamente e construídos em terreno planejado e desenvolvido. O '*shopping center*' deverá ser administrado como uma unidade operacional, sendo o tamanho e o tipo de lojas existentes relacionados diretamente com a área de influência comercial a que esta unidade serve. O '*shopping center*' também deverá oferecer estacionamento compatível com todas as lojas existentes no projeto.⁹

João Carlos Pestana de Aguiar entende o *shopping center* como sendo um:

[...] empreendimento de construção dispendiosa, destinada a um conjunto comercial composta de várias lojas de maior (âncoras) e menor dimensão (satélites), todas voltadas para galerias internas confortáveis, sendo as lojas logicamente localizadas quanto aos negócios nelas explorados (tenant mix), fornecendo ao consumidor facilidades de acesso (estacionamento), requintes na apresentação

⁷ Sobre os “Métodos” e “Técnicas” nas diversas fases da pesquisa científica, vide PASSOLD, Cesar Luiz. **Prática da Pesquisa Jurídica**, *cit.*.. especialmente p. 99-107.

⁸ BRASIL. **Lei n. 8.245, de 18 de Outubro de 1991**: Lei do Inquilinato. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8245.htm>. Acesso em: 20 de maio de 2013.

⁹ SLAIBI FILHO, Nagib. **Comentários à Nova Lei do Inquilinato**. 9. ed. São Paulo: Forense, 1986. p. 331.

do conjunto, qualidade dos produtos, segurança, conforto e lazer, atrativos que sustentam o sucesso do empreendimento.¹⁰

Já a Associação Brasileira de *Shopping Centers* – ABRASCE –, da seguinte forma os define:

A Abrasce considera shopping center os empreendimentos com Área Bruta Locável (ABL), normalmente, superior a 5 mil m², 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.¹¹

De uma forma ou outra, a característica mais importante de um *shopping center* é o equilíbrio da combinação de lojas e ausência de concorrência predatória – além de atrações e utilidades oferecidas –, tudo no intuito de que o lojista obtenha a máxima lucratividade possível, pois que se o locador de um salão comercial nas ruas e avenidas não possui qualquer comprometimento com o êxito negocial do locatário, o mesmo não se dá com o locador de salão comercial em *shopping centers*.¹²

Para que se absorva com clareza a problemática atinente ao tema do presente artigo científico, por outro lado, inevitável que se tome compreensão de algumas expressões peculiares à relação contratual entre empreendedor (locador) e lojistas (locatários) de *shopping center*.

A moderna espécie de macro comércio denominada *shopping center* possui em seu bojo, no que diz respeito à relação entre empreendedor e lojista, uma roupagem de características singulares¹³ que a diferenciam daquelas havidas entre um simples locador de salão comercial em vias públicas, porquanto o locador de

¹⁰ AGUIAR, João Carlos Pestana de. **Nova lei das locações comentadas**. Rio de Janeiro: Lumen Juris. 1992. p. 96.

¹¹ ABRASCE. **Associação Brasileira de Shopping Center**. Disponível em: <<http://www.abrasce.com.br>>. Acesso em: 15 de Maio de 2013.

¹² BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 764.901 - RJ**. Relatora Min. Nancy Andrighi. Data: 30.10.2006. Disponível em <<http://www.stj.jus.br>>. Acesso em 20 de maio de 2013.

¹³ COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial. Direito de Empresa**. 20. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 67.

shopping center não é um empreendedor imobiliário comum¹⁴ cuja obrigação se abrevia na singela entrega da *res locata*.

Sobre as especificidades do contrato de locação em *shopping center*, assevera Márcio Pecego Heide:

Poucos conhecem realmente os bastidores de tal modalidade de negócio que no Brasil teve um expressivo crescimento embora tivesse causado enormes estragos aos incautos que acreditaram em promessas mirabolantes dos que estavam mais interessados em dar um "golpe" no mercado do que desenvolvê-lo, aproveitando-se de lacunas e imprevisibilidades legais.¹⁵

Quanto à organização do empreendimento, há específico planejamento técnico estratégico que traz em seu âmago o objetivo de explorar com eficiência todo o mercado em potencial¹⁶, no nuclear intuito de que se alcance sucesso e lucratividade.

Daí decorre que o contrato de locação em *shopping centers* difere sobremaneira daqueles pactuados em locais outros que não nestes complexos templos de consumo.

Como especificidades destes contratos de locação, tem-se a obrigação de o locatário pagar, mensalmente, um aluguel fixo (reajustado anualmente de acordo com o índice pré-fixado) e outro aluguel percentual¹⁷ ou variável¹⁸ incidente sobre as vendas - sempre paga-se o que for maior -, razão pela qual é direito contratualmente previsto o de o locador auditar¹⁹, inclusive na boca do caixa, as vendas do locatário,

¹⁴ COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial. Direito de Empresa**. 20. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 65.

¹⁵ HEIDE, Márcio Pecego. **Traços jurídicos, físicos e econômicos da modalidade de negócio chamada *shopping center***. Teresina, **Jus Navigandi**, ano 5, n. 43, 1 jul.2000. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/610>>. Acesso em: 15 de maio 2013.

¹⁶ LANGNONI, Carlos Geraldo. ***Shopping Centers no Brasil***. In ARRUDA, José Soares; LÔBO, Carlos Augusto da Silveira. (Coord). *Shopping Centers: aspectos jurídicos*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1984. p. 57

¹⁷ KARPAT, Ladislau. ***Shopping Centers. Manual Jurídico***. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999. p. 6-7.

¹⁸ KARPAT, Ladislau. ***Shopping Centers. Manual Jurídico***. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999. p. 22.

¹⁹ COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial. Direito de Empresa**. 20. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 67.

já que esse direito ao acesso do movimento contábil do lojista decorre exatamente do tipo de contrato que é celebrado.²⁰

Ladislau Karpát ensina que a estipulação de aluguel fixo e variável não emergiu das relações contratuais estabelecidas entre *shopping centers* e locatários, já que antes do surgimento desses centros de consumo já se verificava a cobrança de alugueis em função do número de sacas de determinados produtos, sendo que nossos Tribunais tem se pronunciado em sentido afirmativo quanto à possibilidade de estipulação de aluguel em parte fixo e em parte variável.²¹

O locatário paga, ainda, importância devida a título de fundo de promoção, cuja obrigatoriedade de adimplemento resta prevista no próprio contrato de locação, em normas regedoras do *shopping center*²², ou, ainda, em estatutos específicos.

Mário Cerveira Filho, ao discorrer acerca do fundo de promoção, assevera:

Essa verba é estipulada pelo empreendedor e varia entre 10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento) do valor do aluguel. Os recursos arrecadados concernentes ao fundo de promoção podem ser administrados tanto pelo empreendedor, ou seu preposto, como também pela associação dos lojistas do shopping center, dependendo do contrato.²³

Além dessas rubricas, o lojista, obrigatoriamente e como condição de adesão ao empreendimento, deve se filiar à associação de lojistas adimplindo verba mensal presente em respectivo estatuto²⁴, além da obrigação de pagamento concernente às despesas condominiais para manutenção do empreendimento.

Não fosse pouco as obrigações pecuniárias já descritas, nestes contratos atípicos de locação – atípicos por que não previstos no título do Código Civil reservado às várias espécies de contrato –, conforme salienta Ladislau Karpát²⁵, há

²⁰ KARPAT, Ladislau. **Shopping Centers. Manual Jurídico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999. p. 24.

²¹ KARPAT, Ladislau. **Shopping Centers. Manual Jurídico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999. p. 22-23.

²² CERVEIRA FILHO, Mário. **Shopping centers: Direitos dos Lojistas**. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2010. p. 101.

²³ CERVEIRA FILHO, Mário. **Shopping centers: Direitos dos Lojistas**. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2010. p. 100.

²⁴ COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial. Direito de Empresa**. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2010. p. 68.

²⁵ KARPAT, Ladislau. **Shopping Centers. Manual Jurídico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999. p. 29.

cláusula prevendo a obrigatoriedade de pagamento de aluguel dobrado no mês de dezembro, ou 13º aluguel, particularidade, esta, que distingue ainda mais este atípico contratual e que eleva sobremaneira o custo ocupacional no período em questão.

Ocorre que os custos de ocupação, de acordo com apontamentos e dados empíricos levados à audiência pública realizada em 23.10.2003 pela Câmara de Deputados Federais no intuito de discutir o Projeto de Lei n. 7.137/2002, cujo desígnio é a alteração da Lei n. 8.245/1991, acabam por se tornar absolutamente impraticáveis pelos lojistas, eis que teratológicos²⁶, porquanto alcançam a ordem de 50% (cinquenta por cento) ou até mais do faturamento bruto do lojista quando, no entanto, o custo ocupacional deveria limitar-se a 10% (dez por cento)²⁷, ou, no máximo, a 15% (quinze por cento)²⁸ do faturamento bruto mensal.

Entretanto, os lojistas, ao ingressarem no empreendimento, alimentam indubitavelmente, a expectativa de desfrutar das vantagens da exploração econômica rentável²⁹, sem que disso se possa olvidar.

Isto por que constitui diretriz inflexível deste negócio a busca pela máxima exploração e lucratividade das atividades desenvolvidas pelos lojistas que compõe o empreendimento, já que é, este, elaborado e pensado de acordo com estudos de viabilidade econômica.

2 DO *GOODWILL*, AVIAMENTO OU FUNDO DE COMÉRCIO

Como regra neste segmento mercadológico, o empreendedor, nas fases que antecedem a edificação do *shopping center*, alberga-se em planejamentos técnicos e organizacionais chamados de estudos de viabilidade econômica a fim de estabelecer o *tenant mix* que deverá compor o *shopping center*.

²⁶ BRASIL. Câmara de Deputados Federais. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/Internet/comissao/index/perm/cdcmam/notas/NT231003.pdf>>. Acesso em 20 de Maio de 2013.

²⁷ CUTAIT, Michel. **O Custo de Ocupação e Shopping Centers**. Disponível em <<http://makeitworkshopping.blogspot.com.br/search?q=custo+de+ocupa%C3%A7%C3%A3o>>. Consulta em 28 de out. de 2012.

²⁸ Pequenas Empresas, Grandes Negócios. Disponível em <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,EMI79127-17189,00-OS+PROS+E+CONTRAS+DE+ABRIR+LOJA+EM+SHOPPING+CENTER.html>>. Acesso em 28 de out. de 2012.

²⁹ CERVEIRA FILHO, Mário. **Shopping centers: Direitos dos Lojistas**. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2010. p. 101.

Este *tenant mix*, segundo leciona José da Silva Maquieira, pode ser da seguinte forma conceituado:

[...] a combinação de diversificações comerciais, o sopesamento de ramos mercantis, de modo que o público desfrute de opções variadas, sem que falte uma especialidade, mas também sem saturamento de outras.³⁰

Para Carlos Geraldo Langnoni, *tenant mix* é:

[...] um planejamento estratégico de modo a explorar com maior eficiência possível todo o mercado potencial previamente analisado em seu conjunto. É exatamente a avaliação desse mercado, suas preferência e tendências que constitui um elemento chave para definir o *mix* das atividades que deverão fazer parte do *shopping center*. A existência de um mecanismo de planejamento central dessas atividades, cujo caráter permanente é consequência do interesse direto do empreendedor no sucesso de cada uma das atividades isoladas, assegura ao longo do tempo a manutenção de um *mix* de produtos e serviço, assim como sua eventual adaptação, em face das alterações detectadas pela avaliação contínua do mercado.³¹

Dessa forma, *mix*, ou *tenant mix*, como expressão comumente utilizada nos contratos atípicos de locação em *shopping centers*, relaciona-se à adequada disposição de atividades comerciais no empreendimento para que não haja saturamento de idênticas operações comerciais e concorrência predatória, tudo no intuito de fomentar a lucratividade dos lojistas que lá se alocam.

E essa lucratividade, necessário pontuar, decorre não só da correta disposição do *tenant mix* e divisão racional dos espaços edificados, mas da presença de inúmeras vantagens no complexo empresarial que o diferenciam da mercancia em vias públicas, a exemplo da potencial atratividade de público face às facilidades à disposição dos consumidores, tais como estacionamento, cinema, praça de alimentação e outros.

Percebe-se, assim, que a manifestação volitiva do potencial locatário quando da contratação emerge justamente da expectativa de vir a desfrutar das vantagens

³⁰ MAQUIEIRA, JOSÉ DA SILVA. **Shopping Center: questões jurídicas**. Roberto Wilson Renault Pinto e Fernando Albino de Oliveira (Coord.). São Paulo: Saraiva, 1991, p. 138.

³¹ LANGNONI. Carlos Geraldo. "Shopping centers" no Brasil. In: José Soares; LÔBO, Carlos Augusto da Silveira. (Coord.). **"Shopping centers": aspectos jurídicos**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 1994. p. 57.

existentes neste segmento econômico que, dados os estudos prévios de viabilidade operacional, possuiria risco negocial próximo a zero.

Tendo em vista estas especificidades atinentes às ações do empreendedor antes da edificação do *shopping center*, observa-se que a atividade econômica por si exercida é de singular característica. Isto por que suas obrigações não se limitam a singela entrega da *res locata*, pelo que, portanto, não é um empreendedor imobiliário comum³², já que administra o empreendimento de forma centralizada para que das vantagens existentes no *shopping center* advenha lucratividade aos lojistas.

Acerca das vantagens e expectativa dos lojistas quanto à uma operação comercial rentável, advoga Mário Cerveira Filho³³:

O interessado em ingressar em um shopping center alimenta, sempre, a expectativa de poder desfrutar de suas vantagens, animado pela possibilidade de realizar uma operação comercial rendosa e de expandir os seus negócios. Muitas vezes, essa disposição entorpece e cega, afastando-o de um julgamento criterioso, que deveria nortear a sua decisão.

Além disso, obrigatoriamente contribui com importância devida a título de fundo de promoção, “[...] geralmente prevista nos contratos de locação ou normas regedoras do shopping center, que se destina às campanhas publicitárias para atrair e manter o público no empreendimento.

Posto este estado de coisas, é inteligível afirmar-se que a capacidade lucrativa dos *shopping centers* - e a dos lojistas por via reflexa -, dado o complexo de bens reunidos para o exercício das atividades empresárias naquele centro empresarial, depende, em grande parte – senão na totalidade –, de ações proativas do próprio empreendedor, pois que é ele o criador, gestor e titular do fundo de comércio existente no *shopping center* – não que isso implique na ausência de fundo de comércio próprio do lojista no salão comercial locado, como já decidiu o Superior Tribunal de Justiça.³⁴

Nesta esteira, o fundo de comércio, ou aviamento conforme terminologia utilizada pela doutrina italiana, a exemplo do doutrinador Giampaolo Dalle Vedove,

³² COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial**. Direito de Empresa. 20. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 65.

³³ CERVEIRA FILHO, Mário. **Shopping centers: Direitos dos Lojistas**. p. 101.

³⁴ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Sexta Turma. **Recurso Especial n. 189.380/SP**. Rel. Min. Luiz Vicente Cernicchiaro. Data: 02 de out. de 1999.

ou, ainda, o *goodwill* – terminologia adotada pelo direito anglo-saxão, cuja tradução literal é “freguesia”³⁵, deve ser compreendido como:

[...] o sobrevalor em relação a simples soma dos valores dos bens singulares que integram o estabelecimento e resumem a capacidade do estabelecimento, por meio dos nexos organizativos entre os seus componentes singulares, de oferecer prestações de empresa e de atrair clientela.³⁶

Marcos Pecego Heide da seguinte forma discorre sobre o fundo de comércio:

Uma das atipicidades é a cobrança de "LUVAS". Figura no contrato sob o título de *res sperata* (a coisa esperada) consubstanciada pela doutrina e pela jurisprudência atual pelo argumento que o fundo de comércio de um "shopping center" é de propriedade do empreendedor. Melhor explicando, o fundo de comércio de um SC se sobrepõe ao fundo de comércio do lojista.³⁷

Para Rubens Requião, o aviamento nada mais seria que não a aptidão da empresa para produzir lucros, decorrente da qualidade e da melhor perfeição de sua organização.³⁸

Fábio Ulhoa Coelho ensina que o empresário, ao reunir bens como máquinas, instalações, tecnologia, prédio e outros, o faz no desiderato de agregar a esse conjunto de bens uma organização racional que implicará no aumento de seu valor enquanto reunidos³⁹, valor, este, que alguns autores nominam aviamento.⁴⁰

Atente-se ao fato de que o conjunto de bens organizado para o exercício da empresa é composto tanto por bens corpóreos, também chamados tangíveis – como

³⁵ PÍCOLO. Guilherme Gouvêa. **Contrato social bem redigido reduz a insegurança. Conjur.** Disponível em <<http://www.conjur.com.br/2012-fev-22/contrato-social-bem-redigido-estudado-reduz-margem-inseguranca>>. Acesso em 15 de Maio de 2013

³⁶ GIAMPAOLO, Dalle. *Nozioni di diritto d'impresa*. Padova: CEDAM, 2000. p. 167 *apud* TOMAZETTE, Marlon. A teoria da empresa: o novo Direito "Comercial". **Jus Navigandi**, Teresina, ano 7, n. 56, 1 abr.2002. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/2899>>. Acesso em: 14 maio 2013.

³⁷ HEIDE. Márcio Pecego. **Traços jurídicos, físicos e econômicos da modalidade de negócio chamada shopping center**. Teresina, **Jus Navigandi**, ano 5, n. 43, 1 jul.2000. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/610>>. Acesso em: 15 de maio 2013.

³⁸ REQUIÃO. Rubens. **Curso de direito comercial**. vol. 1. 23. ed. São Paulo: Saraiva. 1998. p. 307.

³⁹ COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial. Direito de Empresa**. 20. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 55.

⁴⁰ REQUIÃO. Rubens. **Curso de direito comercial**. vol. 1. 23. ed. São Paulo: Saraiva. 1998. p. 306.

mercadorias, instalações, equipamentos, utensílios e outros – como incorpóreos, ou intangíveis, a exemplo da marca e do ponto,⁴¹ donde se depreende que o fundo de comércio deve ser compreendido sob duplo viés.

Neste sentido as lições de Rubens Requião:

[...] os bens corpóreos e incorpóreos conjugados no fundo de comércio não perdem a um deles sua individualidade singular, embora todos unidos integrem um novo bem. Cada um mantém sua categoria jurídica própria.⁴²

Dessa forma, a intangibilidade dessa organização racional de bens e serviços existente nos *shopping centers*, aí compreendida a capacidade de atrair considerável fluxo de público, a toda evidência, possui valor econômico, porquanto os empreendedores não dão em locação simples espaços comerciais, já que conferem ao locatário “toda uma gama de outros serviços complementares às lojas tendentes a atrair o maior público possível ao local”.⁴³

3 DO INSTITUTO DA RES SPERATA E SUA NATUREZA JURÍDICA

Ao se pensar na palavra conceito, presente está, imprescindivelmente, a ideia que uma pessoa faz de algo palpável ou não, traduzindo a ideia do que é ou parece ser determinado objeto de análise em uma tentativa empreendida com o fito de defini-lo⁴⁴, sendo, portanto, uma ação positiva de formular uma ideia por meio de palavras, de definição e de caracterização.

Já o termo natureza guarda imediata relação com as condições próprias e essenciais dos seres⁴⁵, das coisas inanimadas ou ideias, pelo que a expressão natureza jurídica nada mais é que não a especificação mais analítica possível de determinado instituto de direito.

⁴¹ COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial. Direito de Empresa**. 20. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 57.

⁴² REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**, v. 1. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 270.

⁴³ KARPAT, Ladislau. **Shopping Centers**. Manual Jurídico. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999. p. 27.

⁴⁴ DICIONÁRIO AURÉLIO. Disponível em <<http://www.dicionariodoaurelio.com/>>. Consulta em 06. Maio. 2013.

⁴⁵ DICIONÁRIO AURÉLIO. Disponível em <<http://www.dicionariodoaurelio.com/>>. Consulta em 06. Maio. 2013.

De Plácido e Silva, discorrendo sobre a expressão natureza jurídica, afirma que a “terminologia assinala, notadamente, a essência, a substância ou compleição das coisas”.⁴⁶

Maria Helena Diniz sustenta que a natureza jurídica é o “significado último dos institutos jurídicos”, devendo ser compreendida, por assim ser, como a “afinidade que um instituto jurídico tem em diversos pontos, com uma grande categoria jurídica, podendo nela ser incluído a título de classificação.”⁴⁷

Pode-se, assim, entender a expressão natureza jurídica como sendo a definição analítica do objeto de análise com o fito de conhecê-lo visceralmente em sua essência e significado último.

Tendo em vista o conceito e objetivos dos *shopping centers*, percebe-se que a essência da operação neles realizada possui como peculiar predicado a máxima lucratividade, razão pela qual se passa a discorrer acerca da *res sperata*, instituto de conceito controvertido responsável por acaloradas discussões no meio jurídico.

Os empreendedores, como referido anteriormente, empregam, antes mesmo da conclusão da edificação do *shopping center*, uma logística apta à distribuição das lojas. Realizam, ademais, uma série de campanhas publicitárias no desiderato de que os lojistas obtenham sucesso e lucratividade.

Álvaro Villaça Azevedo, ao tratar sobre a *res sperata* enquanto contraprestação da cessão de fundo de comércio pertencente ao empreendedor, assevera:

Em razão desse fundo de empresa [...] têm [sic] os *shopping centers* feito incluir, nos chamados contratos de locação de suas unidades, cláusula denominada *res sperata* (‘coisa esperada’), que consiste no pagamento, pela utilizadora, além do aluguel, de uma soma em dinheiro, como retribuição das vantagens de participação no centro comercial, dele usufruindo e participando de sua estrutura, enquanto durar seu contrato. Desse modo, com esse pagamento, a utilizadora terá o direito a afluir do aludido fundo de empresa do empreendedor, composto de seu patrimônio imaterial⁴⁸.

⁴⁶ SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**. vol. III. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 230.

⁴⁷ DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico**. São Paulo: Saraiva, 1998. v. 3. p. 337.

⁴⁸ AZEVEDO, Álvaro Villaça. **Atipicidade mista da utilização de unidades em centros comerciais e seus aspectos fundamentais**. In: PINTO, Roberto Wilson Renault; Fernando A. Albino de. (Coord). **Shopping Centers: questões jurídicas: doutrina e jurisprudência**. São Paulo: Saraiva. 1991. p. 29.

Comungando do entendimento de que a *res sperata* se coadunaria às vantagens de alocação em *shopping center*, defende Fábio Ulhoa Coelho:

Além do aluguel, há outras obrigações pecuniárias assumidas pelo locatário de loja em *shopping center*. Em geral, paga-se uma prestação conhecida por *res sperata*, retributiva das vantagens de se estabelecer em um complexo comercial que já possui clientela própria.⁴⁹

Modesto Carvalhosa, discorrendo sobre a natureza jurídica da *res sperata*, discorre a despeito dos inúmeros posicionamentos acerca do conceito do instituto:

Esse pagamento, conhecido como *res sperata*, tem sua natureza controvertida, entendendo alguns tratar-se de reserva ou garantia de locação; outros consideram-na como retribuição dos estudos de *marketing*, cota do custo de empreendimento ou, ainda, contrapartida da cessão do fundo de comércio que será formado pelo empreendedor.⁵⁰

Dentre doutrinadores que creem tratar-se o pagamento da *res sperata* contraprestação a título de simples reserva de locação, bem como forma de angariar recursos para a edificação, cite-se Maria Helena Diniz:

O empreendedor, antes de construir o centro comercial, firma um contrato a título de reserva de localização (*res sperata*) com o futuro lojista, que pagará certa quantia periódica durante a fase de construção, angariando-se, assim, recursos até a conclusão da obra.⁵¹

Há, ainda, aqueles que concatenam a *res sperata* à fase construtiva, tão somente, limitando temporalmente a ideia de cobrança e pagamento à conclusão da obra, a exemplo de Caio Mario da Silva Pereira, para quem o pagamento da verba é:

[...] uma forma de captação de recursos em que o empreendedor recebe dos futuros usuários, ou futuros lojistas, quantias com que

⁴⁹ COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial. Direito de Empresa**. 20. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 67.

⁵⁰ CARVALHOSA, Modesto. Considerações sobre relações jurídicas em “shopping centers”. In PINTO, Roberto Wilson Renault; OLIVEIRA, Fernando A. Albino de (Coord.). **Shopping Centers: questões jurídicas: doutrina e jurisprudência**. São Paulo: Saraiva. 1991. p. 175.

⁵¹ DINIZ, Maria Helena. **Tratado teórico e prático dos contratos**. 6. ed. ver., ampl. e atual. de acordo com o novo código civil (lei n. 10.406 de 10-1-2002), o Projeto de Lei n. 6.960/2002 e a Lei n. 11.101/2005. São Paulo: Saraiva. 2006. v.1. p. 240.

contribuem durante a fase de construção, até o momento em que a edificação se completa e é aberta à utilização efetiva.⁵²

Expondo a compreensão de que a *res sperata* se trata de fruição, pelo locatário e com objetivo de proveito, do estabelecimento comercial e fundo de comércio pertencente a *shopping center*, decidiu o Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina:

A *res sperata*, como sabido, é devida em virtude da fruição do estabelecimento mercantil e do fundo de comércio do *shopping center*, o que não ocorreu na hipótese em apreço, posto que a apelada sequer procedeu a instalação da sua loja.

A *res sperata* é instituto típico dos contratos de locação de salas em *shopping centers*, os quais têm como característica um futuro usufruto pelos locatários, das instalações do empreendimento (praça de alimentação, estacionamento, decoração etc.) e da própria aglomeração do comércio. [...] 'Conclui-se, pois, que, apesar de legítima a cobrança antecipada, a *res sperata* somente passa a ser usufruída quando da inauguração do empreendimento, pela disponibilização de mercadorias ou serviços aos clientes que se dirijam ao *shopping center* e lá tirem proveito das instalações preparadas pela administradora.⁵³

A mesma Corte, potencializando e tornando íntima a relação entre *res sperata* e fundo de comércio, assentou:

CIVIL – CONTRATO DE LOCAÇÃO – SALA EM SHOPPING CENTER – RESCISÃO – CULPA EXCLUSIVA DOS LOCATÁRIOS – DEVOLUÇÃO DA *RES SPERATA* – IMPOSSIBILIDADE – CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – INAPLICABILIDADE

1 "A *res sperata* tem por função remunerar o locador empreendedor pelos custos com a formação do fundo de empresa do shopping center, sendo inviável a restituição do valor quando findo o contrato de locação" (AC n. 2002.012858-4, Des. Maria do Rocio Luz Santa Ritta).

2 O Superior Tribunal de Justiça firmou posição de que o Código de Defesa do Consumidor não é aplicável aos contratos locativos (AgRg no REsp 795731/RS, Min. Paulo Gallotti).⁵⁴

⁵² PEREIRA. Caio Mario da Silva. Súmula integral do simpósio [sobre *shopping centers*]. In: ARRUDA, José Soares; LÔBO, Carlos Augusto da Silveira. (Coord.) "**Shopping Centers**": aspectos jurídicos. São Paulo. Revista dos Tribunais. 1984. p. 76.

⁵³ BRASIL. Tribunal de Justiça de Santa Catarina. Apelação Cível n. 2005.011519-3. Quarta Câmara de Direito Civil. Rel. Eládio Torret Rocha. Disponível em <<https://www.tjsc.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

⁵⁴ BRASIL. Tribunal de Justiça de Santa Catarina. **Apelação Cível n. 2003.025061-1**. Câmara Especial Temporária de Direito Civil. Rel. Des. Luiz César Medeiros. Disponível em <<https://www.tjsc.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

É, ainda, do excerto do acórdão suprarreferido:

A complexidade da organização e administração do shopping center legitimam, inclusive, a estipulação e cobrança da *res sperata*, consistente na contraprestação efetuada pelo lojista ao Fundo de pensão, por gerar naquele a garantia do sucesso das atividades comerciais que desenvolverá no estabelecimento comercial com esquemas de estruturação e planejamento de marketing previamente elaborados.

[...]" (2002.001600-4, Carlos Prudêncio).

"(...) A locação comercial em shopping center tem a característica de agregar valorativamente ao estabelecimento locado as vantagens das instalações do empreendimento e da aglomeração do comércio. Daí a cobrança da chamada *res sperata*.

A pactuação da *res sperata* visa, primeiramente, a remuneração da garantia de reserva, caso a obra ainda não esteja concluída, ou se já concluída, a retribuição pela cessão ou fruição do fundo de reserva ou sobre fundo comercial decorrente da agregação valorativa imaterial proporcionada pelo centro comercial ao estabelecimento locado.

Estando ajustada contratualmente a cobrança, é exigível a *res sperata* ainda que a obra já tenha sido concluída (...)" (AC n. 97.001869-0, Des. Pedro Manoel Abreu).⁵⁵

Para o Tribunal de Justiça Gaúcho, a *res sperata* seria um contrato de cessão de uso da estrutura técnica futura do *shopping center* e reserva de ponto comercial:

Ementa: APELAÇÃO. LOCAÇÃO. SHOPPING CENTER. RES SPERATA. LEGALIDADE DA COBRANÇA. Lícita a celebração entre o empreendedor e o lojista, de contrato de cessão de uso da estrutura técnica do futuro Shopping Center, avença que, na doutrina, recebe o nome de "res sperata", caracterizando-se pelo pagamento de parcelas destinadas a assegurar a reserva do ponto comercial. POR UNANIMIDADE, NEGARAM PROVIMENTO AO APELO DA PARTE AUTORA E DERAM PROVIMENTO AO APELO DA PARTE RÉ.⁵⁶

Segundo o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, a *res sperata* corresponderia a contrato de reserva de locação caracterizada com forma de retribuição paga pelo lojista ao empreendedor pelas vantagens de se estabelecer em um complexo empresarial com grandes chances de êxito, *verbis*:

⁵⁵ BRASIL. Tribunal de Justiça de Santa Catarina. **Apelação Cível n. 2003.025061-1**. Câmara Especial Temporária de Direito Civil. Rel. Des. Luiz César Medeiros. Disponível em <<https://www.tjsc.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

⁵⁶ BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. **Apelação Cível n. 70038473922**, Décima Quinta Câmara Cível. Rel. Des. Angelo Maraninchi Giannakos. Disponível em <<http://www.tjrs.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

Ementa: Apelação Cível. Embargos à execução. Locação de espaço destinado a loja, em shopping center. Execução que se funda no instrumento de rescisão do contrato de locação e confissão de dívida. Pretensão das embargantes de compensação das verbas cobradas em execução com os valores pagos a título de reserva de loja e com as benfeitorias introduzidas no imóvel. É lícita a verba cobrada a título de reserva de loja, ou res sperata, não podendo prevalecer a tese de que ela é abusiva, pois se caracteriza como retribuição ao locador pelas vantagens do lojista em se estabelecer em complexo comercial, possuindo maiores chances de êxito em suas vendas. Previsão no contrato de impossibilidade de retenção ou indenização dos valores gastos a título de benfeitorias, os quais se destinaram a agregar valor ao comércio que seria ali por ela explorado. Valores, aliás, que são ilíquidos. Cláusulas do contrato e da confissão de dívida que foram claramente redigidas. Desequilíbrio e desproporção de vantagens contratuais entre os contratantes não vislumbrados. Recurso provido para serem julgados improcedentes os embargos à execução, com condenação das embargantes no pagamento das verbas da sucumbência.⁵⁷

Já decidiu o Superior Tribunal de Justiça tratar-se, a *res sperata*, do próprio objeto do contrato de locação:

COMERCIAL. SHOPPING CENTER. CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDADE NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTO PELO LOJISTA (MIX). DESRESPEITO PELO INCORPORADOR-ADMINISTRADOR. DESVIRTUAMENTO DO OBJETO DO CONTRATO (RES SPERATA). PAGAMENTO PARCIAL DO PREÇO DE COMPRA DA LOJA. EXCEÇÃO DE CONTRATO NÃO CUMPRIDO ALEGADA PELO LOJISTA. POSSIBILIDADE. ART. 1.092 DO CÓDIGO CIVIL/1916 E ART. 476, DO CÓDIGO CIVIL/2002.

- O lojista pode deixar de efetuar o pagamento total do preço do contrato de promessa de compra e venda de loja situada em shopping center, se o incorporador-administrador descumpre sua obrigação de respeitar a cláusula de exclusividade na comercialização de determinado produto pelo lojista (mix), permitindo que loja âncora venda o mesmo produto vendido pelo lojista. Trata-se de aplicação do art. 1.092 do Código Civil/1916 (art. 476, do Código Civil atual).

- Tratando-se de shopping center, o incorporador-administrador, além de ter a obrigação de entregar a loja num ambiente com características comerciais pré-determinadas no contrato assinado com o lojista (tenant mix), não pode alterar tais características depois de instalado o shopping, isto é, durante todo o período de vigência do contrato entre lojista e empreendedor, sob pena de desvirtuamento do objeto do contrato (res sperata). Recurso especial conhecido e negado provimento.

⁵⁷ BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível n. 9120325-07.2007.8.26.0000**, 27ª Câmara de Direito Privado. Rel. Des. Moraes Pucci. Disponível em <<http://www.tjsp.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

Vê-se, portanto, que apesar de a concepção de *res sperata* não ser uma, o instituto, invariavelmente, é acompanhado da ideia de contraprestação paga pelo locatário em razão das vantagens de “participar de uma estrutura” com “clientela própria”, de afluir “o fundo de empresa do empreendedor” desfrutando de uma estrutura organizacional rentável.

Posto este estado de coisas, crê-se que o melhor entendimento seja aquele segundo o qual o sentido de *res sperata* coaduna-se com a venda, pelo empreendedor, da coisa esperada pelo locatário, que nada mais é que a exploração de uma atividade lucrativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelo estudo e pesquisa realizados, é possível afirmar que os contratos de locação em *shopping center* se diferem sobremaneira dos demais contratos cujo objeto são os salões comerciais situados nas vias públicas, nos quais o sucesso operacional do locatário em nada depende de atos praticados pelo locador, que não possui qualquer gerência comercial sobre aquele.

Isto por que traz consigo características várias que lhe dão singular roupagem, já que o pagamento feito pelo locatário não se resume ao aluguel, porquanto além do fundo de promoções e contribuição para com a associação de lojistas, paga, como condição de adesão ao empreendimento, verba a título de *res sperata*, ou coisa esperada.

Conclui-se, assim, possível afastar a afirmativa de que a *res sperata* teria tão somente natureza retributiva pela reserva de localização, ou, então, que se trataria de contraprestação paga pelo locatário pelos gastos com campanhas para atração de público, realizadas pelo empreendedor – eis que referida verba é paga sob a rubrica de fundo de promoções.

Além disso, o instituto, crê-se, não traz em sua essência natureza retributiva pelos gastos realizados, pelo empreendedor, com a edificação do *shopping center*, porquanto há a cobrança da *res sperata* em empreendimentos maturados e contratações até mesmo posteriores à conclusão da obra.

Dessa forma, parece crível conceber-se a *res sperata*, em sua essência, como sendo a contraprestação paga pelo locatário ao empreendedor, sendo ou não

aquele o primeiro lojista a ocupar o salão comercial, pela exploração do fundo de comércio pertencente a este e que deve ser sinônimo de lucratividade, dada a existência de um complexo organizacional de bens corpóreos e incorpóreos cujo fim último é a capacidade lucrativa, que derivará justamente dos estudos de viabilidade econômica realizadas na fase que antecede a edificação do empreendimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, João Carlos Pestana de. **Nova lei das locações comentadas**. Rio de Janeiro: Lumen Juris. 1992.

AZEVEDO, Álvaro Villaça. **Atipicidade mista da utilização de unidades em centros comerciais e seus aspectos fundamentais**. In: PINTO, Roberto Wilson Renault; Fernando A. Albino de. (Coord). Shopping Centers: questões jurídicas: doutrina e jurisprudência. São Paulo: Saraiva. 1991.

BRASIL. Câmara de Deputados Federais. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/Internet/comissao/index/perm/cdcmam/notas/NT231003.pdf>>. Acesso em 15 de Maio de 2013.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 764.901-RJ**, Terceira turma. Rel. Min. Nancy Andrighi. Data: 10. De out. de 2006. Disponível em <<https://www.stj.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 189.380/SP**, Sexta Turma. Rel. Min. Luiz Vicente Cernicchiaro. Disponível em <<https://www.stj.jus.br>>. Data: 02 de out. de 1999. Consulta em 20 de Maio de 2013.

BRASIL. **Lei n. 8.245, de 18 de Outubro de 1991**: Lei do Inquilinato. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8245.htm>. Acesso em 28 de out. de 2012.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. **Apelação Cível n. 70038473922**, Décima Quinta Câmara Cível. Rel. Des. Angelo Maraninchi Giannakos. Disponível em <<http://www.tjrs.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina. **Apelação Cível n. 2003.025061-1**. Câmara Especial Temporária de Direito Civil. Rel. Des. Luiz César Medeiros. Disponível em <<https://www.tjsc.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

BRASIL. Tribunal de Justiça de Santa Catarina. **Apelação Cível n. 2005.011519-3**. Quarta Câmara de Direito Civil. Rel. Eládio Torret Rocha. Disponível em <<https://www.tjsc.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível n. 9120325-**

07.2007.8.26.0000, 27ª Câmara de Direito Privado. Rel. Des. Moraes Pucci. Disponível em <<http://www.tjsp.jus.br>>. Consulta em 20 de Maio de 2013.

CARVALHOSA, Modesto. Considerações sobre relações jurídicas em “shopping centers”. In PINTO, Roberto Wilson Renault; OLIVEIRA, Fernando A. Albino de (Coord.). **Shopping Centers: questões jurídicas: doutrina e jurisprudência**. São Paulo: Saraiva. 1991.

CERVEIRA FILHO, Mário. **Shopping centers: Direitos dos Lojistas**. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2010.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial**. Direito de Empresa. 20. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008.

CUTAIT, Michel. **O Custo de Ocupação e Shopping Centers**. Disponível em <<http://makeitworkshopping.blogspot.com.br/search?q=custo+de+ocupa%C3%A7%C3%A3o>>. Consulta em 17 de maio de 2013. Disponível em <<http://www.dicionariodoaurelio.com/>>. Consulta em 06. Maio. 2013.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico**. São Paulo: Saraiva. v. 3. 1998.

DINIZ, Maria Helena. **Tratado teórico e prático dos contratos**. 6. ed. ver., ampl. e atual. de acordo como o novo código civil (lei n. 10.406 de 10-1-2002), o Projeto de Lei n. 6.960/2002 e a Lei n. 11.101/2005. São Paulo: Saraiva. v.1. 2006.

HEIDE, Márcio Pecego. **Traços jurídicos, físicos e econômicos da modalidade de negócio chamada shopping center**. Teresina, **Jus Navigandi**, ano 5, n. 43, 1 jul.2000. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/610>>. Acesso em: 15 de maio 2013.

KARPAT, Ladislau. **Shopping Centers. Manual Jurídico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1999.

LANGNONI, Carlos Geraldo. **Shopping Centers no Brasil**. In ARRUDA, José Soares; LÔBO, Carlos Augusto da Silveira. (Coord). **“Shopping Centers”: aspectos jurídicos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1984.

MAQUIEIRA, JOSÉ DA SILVA. **“Shopping Center”: questões jurídicas**. Roberto Wilson Renault Pinto e Fernando Albino de Oliveira (Coord.). São Paulo: Saraiva, 1991.

PASSOLD, Cesar Luiz. **Prática da Pesquisa Jurídica: ideias e ferramentas úteis para o pesquisador do Direito**. 7. ed. rev. atual. amp. Florianópolis: OAB/SC Editora, 2002.

PEQUENAS EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS. Disponível em <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI79127-17189,00-OS+PROS+E+CONTRAS+DE+ABRIR+LOJA+EM+SHOPPING+CENTER.html>> . Acesso em 28 de out. de 2012.

PEREIRA, Caio Mario da Silva. Súmula integral do simpósio [sobre *shopping centers*]. In: ARRUDA, José Soares; LÔBO, Carlos Augusto da Silveira. (Coord.) **“Shopping Centers”: aspectos jurídicos**. São Paulo. Revista dos Tribunais. 1984.

RODRIGUES, Périssom Otávio; LACERDA, Emanuela Cristina Andrade. O Instituto da Res Sperata e sua Natureza Jurídica. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI. v. 4, n.4, p. 767-786, 4º Trimestre de 2013. Disponível em: www.univali.br/ricc - ISSN 2236-5044.

PÍCOLO. Guilherme Gouvêa. **Contrato social bem redigido reduz a insegurança. Conjur**. Disponível em <<http://www.conjur.com.br/2012-fev-22/contrato-social-bem-redigido-estudado-reduz-margem-inseguranca>>. Acesso em 15 de Maio de 2013.

REQUIÃO. Rubens. **Curso de direito comercial**. vol. 1. 23. ed. São Paulo: Saraiva. 1998.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**. vol. III. 12ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

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