

Uma Questão para os "shopping centers"

Pedro A. Batista Martins^[1]

1. No momento das renovações judiciais dos contratos de locações comerciais dos imóveis situados nos Shopping Centers poderá surgir uma importante questão, ainda não apreciada pelo Judiciário, envolvendo interesses de locadores e locatários.
2. Sabe-se que esses interesses são, hoje, vultosos: os contratos são arduamente disputados e as firmas locadores não são, em geral, pessoas físicas (incapazes de construir um fundo de comércio), mas empresas comerciais ou industriais cujo objetivo e, precisamente, o da exploração de centros de vendas.
3. Um dos pressupostos da ação renovatória, que possibilita aos inquilinos a renovação de seus contratos comerciais ou industriais independentemente da vontade dos locadores é a constituição, por parte daqueles, de um fundo de comércio ou de indústria no imóvel locado durante o período do contrato.
4. Conceituado o fundo de comércio como uma organização que visa uma exploração lucrativa, é uma propriedade imaterial composta de direitos ou coisas incorpóreas (direito à renovação, nome comercial, invenções, clientela e freguesia, etc...) e de coisas corpóreas ("ponto", imóveis, instalações, acessos, benfeitorias, móveis, etc...)
5. Com os shopping centers surgirá um problema novo no direito brasileiro relativo à possibilidade de um conflito sobre o direito à propriedade dos fundos (de comércio e de indústria) pressuposto indispensável ao direito à renovação judicial dos contratos de locação.
6. A clientela dos comerciantes - parcela de consumidores que integram o fundo pelas qualidades pessoais ou excelência das marcas de quem o explora (é o *personal goodwill* do direito inglês) pode se oposto a freguesia - a *achalandage* (de *chaland*, o *pasante* sem rumo predeterminado), o comprador influenciado pelo estilo arquitetônico, a topografia, a comodidade urbana (ou *local goodwill* conforme o *Landlod and Tenamt Act*, 1927.5).
7. A lei protege a clientela do locatário (fundo de comércio) ou o "ponto", os demais fundos de comércio serão uma decorrência do espaço e da habilidade do comerciante ou serão uma consequência de circunstâncias particularíssimas de local, criadas pelas empresas comerciais ou industriais?
8. Cremos que a questão só poderá ser decidida caso a caso, razão pela qual deverão merecer, desde já, a atenção dos interessados, quer quanto à inserção de cláusulas específicas nos contratos, quer quanto aos ônus da publicidade e da propaganda do negócio e do "ponto".

1. Advogado, Professor e Consultor em Arbitragem. [?](#)