

**XXXI CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI BRASÍLIA - DF**

**DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO SUSTENTÁVEL**

JONATHAN BARROS VITA

FERNANDO PASSOS

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydée Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

D597

DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL [Recurso eletrônico on-line]
organização CONPEDI

Coordenadores: Jonathan Barros Vita, Fernando Passos – Florianópolis: CONPEDI, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-059-5

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: UM OLHAR A PARTIR DA INOVAÇÃO E DAS NOVAS TECNOLOGIAS

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Economia e desenvolvimento econômico sustentável. XXX Congresso Nacional do CONPEDI Fortaleza - Ceará (3: 2024 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XXXI CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI BRASÍLIA - DF

DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL

Apresentação

O XXXI Congresso Nacional do Conpedi Brasília – DF foi realizado entre os dias 27 a 29 de novembro de 2024, apresentou como temática central “Direito: um olhar a partir da inovação e das novas tecnologias”, sendo realizado em parceria com a Unisa – Universidade Santo Amaro e UniRV – Universidade de Rio Verde.

No plano das diversas atividades acadêmicas ocorridas neste encontro, destacam-se, além das palestras e oficinas, os grupos de trabalho temáticos, os quais representam um locus de interação entre pesquisadores que apresentam as suas pesquisas temáticas, seguindo-se de debates.

Especificamente, para operacionalizar tal modelo, os coordenadores dos GTs são os responsáveis pela organização dos trabalhos em blocos temáticos, dando coerência à produção e estabelecendo um fio condutor para organizar os debates em subtemas.

No caso concreto, assim aconteceu com o GT Direito, Economia e Desenvolvimento Econômico Sustentável I, o qual ocorreu no dia 28 de novembro de 2024 das 14h00 às 17h30 e foi Coordenado pelos professores Jonathan Barros Vita e Fernando Passos.

O referido GT foi palco de profícuas discussões decorrentes dos trabalhos apresentados, os quais são publicados na presente obra, a qual foi organizada seguindo alguns blocos temáticos específicos, que compreenderam os 22 artigos submetidos ao GT, cujos temas são citados abaixo:

Bloco 1 – Direito ambiental e sustentabilidade

1. A assimetria informacional e o mercado de carbono: uma análise econômica do direito a partir do projeto Pacajaí Redd+ (981)
2. Análise das práticas de environmental, social and governance (ESG): uma modificação de pensamento acerca do desenvolvimento sustentável na união europeia
3. Cooperativas minerais no Brasil e sustentabilidade: uma análise sob a perspectiva liberal

4. Extrafiscalidade tributária como ferramenta de proteção ambiental
5. Projeto de lei 767/2023: a tributação ambiental dirigida à busca do direito ao meio ambiente sustentável e o dever do poder público de defender e preservar
6. Soberania nacional e espécies exóticas marinhas: desafios brasileiros
7. Tutela ambiental no sistema interamericano de proteção dos direitos humanos: lições do caso La Oroya vs. Peru

Bloco 2 – Novas tecnologias

8. (Cripto)tecnologias e desmaterialização das relações socioeconômicas
9. Concorrência e imersão digital: desafios jurídicos no contexto do trade dress
10. Regulação da introdução de novas tecnologias no agronegócio: uma análise sobre a pulverização com drones

Bloco 3 – Direitos sociais e Teoria Geral do Direito

11. A exclusão social e a pobreza nas interfaces entre o direito econômico do desenvolvimento e o direito humano ao desenvolvimento
12. A integração da economia e do direito: análise crítica da escola de Chicago e suas implicações no sistema jurídico brasileiro
13. Contribuições de Dostoiévski para uma regulação adequada
14. Liberdade econômica: para quem? O paradoxo entre crescimento econômico e desigualdade social

Bloco 4 – Empresa e relações trabalhistas

15. A governança corporativa e prevenção à corrupção sob a teoria dos stakeholders
16. A importância do balanço patrimonial para a tomada de decisões empresariais

17. Governança multinível e prevenção da corrupção privada no contexto empresarial brasileiro

18. Os impactos econômicos das reformas trabalhistas na Europa e no Brasil: as alterações legislativas são suficientes à redução do desemprego?

19. Precificação de alimentos e intervenção do estado: relação de consumo, política de garantias e o caso do arroz

Bloco 5 – Direito urbanístico

20. A tributação do IPTU como ferramenta de indução econômica e ordenação do grafite nas cidades brasileiras

21. Função social e solidária da empresa no contexto urbanístico: uma análise crítica à luz dos shopping centers nas cidades

22. Uma análise do mercado de fornecimento de energia elétrica pela ect: liberalização do mercado, sobreoferta de renováveis e ascensão da mini e microgeração distribuída

Tendo como pano de fundo os supracitados artigos, a teoria e a prática se encontram nas diversas dimensões do direito tributário e financeiro, perfazendo uma publicação que se imagina que será de grande valia, dada a qualidade dos artigos e da profundidade das pesquisas apresentadas por diversos e eminentes pesquisadores dos mais variados estados e instituições brasileiras.

Esse é o contexto que permite a promoção e o incentivo da cultura jurídica no Brasil, consolidando o CONPEDI, cada vez mais, como um importante espaço para discussão e apresentação das pesquisas desenvolvidas nos ambientes acadêmicos da graduação e pós-graduação em direito.

Finalmente, deixa-se aos leitores um desejo de uma boa leitura, fruto da contribuição de um Grupo de trabalho que reuniu diversos textos e autores de todo o Brasil para servir como resultado de pesquisas científicas realizadas no âmbito dos cursos de Pós-Graduação Stricto Sensu de nosso país, representando o Brasil no exterior com bastante importância.

Prof. Dr. Jonathan Barros Vita – Unimar

Prof. Dr. Fernando Passos – Universidade de Araraquara

FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA NO CONTEXTO URBANÍSTICO: UMA ANÁLISE CRÍTICA À LUZ DOS SHOPPING CENTERS NAS CIDADES

SOCIAL AND SOLIDARY FUNCTION OF THE COMPANY IN THE URBANISTIC CONTEXT: A CRITICAL ANALYSIS IN THE LIGHT OF SHOPPING CENTERS IN CITIES

**Juliana De Farias Nunes
Luciana Machado Cordeiro
Sergio Victor Tamer**

Resumo

A presente pesquisa busca analisar o papel da função social e solidária da empresa no contexto urbanístico, para delimitar melhor a pesquisa, buscou-se observar a função social e solidária à luz do empreendimento shopping center. Nesse sentido, apresenta-se a seguinte problemática: até que ponto os shopping centers desenvolvem os preceitos da função social e solidária da empresa no âmbito da cidade? Para encontrar as possíveis respostas, empregou-se o método dedutivo, aliado a abordagem qualitativa de materiais bibliográficos sobre a temática. Partindo de uma análise crítica sedimentada no desenvolvimento histórico do empreendimento, bem como, a observância de funcionamento do negócio, à luz do ordenamento brasileiro, concluiu-se que a função solidária do shopping center, não é desenvolvida diretamente por ele, mas sim, pelas empresas (lojistas) que se coobrigam junto ao empreendimento na perceptiva de lucro. Quanto a função social, observou-se que ela ocorre, ainda, que de forma transitória, como, por exemplo, no uso da propriedade, circulação de bens e serviços, na geração de postos de trabalhos, entre outros. Por fim, pode-se observar que o empreendimento em si, não possui uma forte atuação em relação aos arquétipos esperados da função social e solidária esperada da empresa.

Palavras-chave: Função social da empresa, Função solidária da empresa, Shopping centers, Desenvolvimento econômico, Desenvolvimento socioeconômico da cidade

Abstract/Resumen/Résumé

The present research seeks to analyze the role of the social and solidary function of the company in the urban context, to better delimit the research, we sought to observe the social and solidary function in the light of the shopping center development. In this sense, the following problem arises: to what extent the shopping centers develop the precepts of the company's social and solidarity function within the city? To find the possible answers, the deductive method was used, combined with the qualitative approach of bibliographical materials on the subject. Based on a critical analysis grounded in the historical development of the enterprise, as well as the observance of the operation of the business, in the light of the Brazilian legal order, it was concluded that the solidary function of the shopping center is not developed directly by it, but by the companies (shopkeepers) that are co-obligated with the

enterprise in the perspective of profit. As for the social function, it was observed that it still occurs in a transitory way, such as, for example, in the use of property, circulation of goods and services, in the generation of jobs, among others. Finally, it can be observed that the enterprise itself does not have a strong performance in relation to the expected archetypes of the social and solidary function expected from the company.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Social function of the company, Solidarity function of the company, Economic development, Socioeconomic development of the city, Shopping centers

INTRODUÇÃO

Procurando compreender o papel da empresa no plano urbanístico como agente de desenvolvimento local, o estudo em voga busca trabalhar, sob a ótica das premissas constitucionais sedimentadas no artigo 170 da Constituição Federal, bem como a função social e solidária que a empresa deve desempenhar no curso das suas atividades negociais.

Cabe destacar que as atividades oriundas das empresas constituem o principal duto econômico do país, tendo em vista que são através delas que nascem os postos de trabalhos, produção de bens e utilidades, que geram a circulação de bens e riqueza, fortalecendo os cofres do Estado, por meio da arrecadação de tributos que busca prover o custeio e concretização de políticas públicas para garantir direitos à população.

Nesse sentido, os pressupostos inerentes a livre iniciativa e valores sociais pautados no texto constitucional, e, reverberado em todo o ordenamento jurídico, lastreiam os anseios fundamentais emanados do poder constituinte e compartilhados pelo povo brasileiro.

Considerando a importância da empresa no contexto de desenvolvimento socioeconômico local e nacional, a pesquisa em tela, lança como recorte o papel da função social e solidária da atividade empresarial desempenhada pelo shopping center na cidade, assim, apresenta a seguinte pergunta: até que ponto os shopping centers desenvolvem os preceitos da função social e solidária da empresa no âmbito da cidade?

Para encontrar as possíveis respostas, emprega-se o método dedutivo, coligado a abordagem qualitativa de materiais bibliográficos sobre presente a temática.

Nesse sentido, para alcançar o objetivo geral proposto por esse trabalho, percorreu-se pelo estudo da empresa enquanto agente de desenvolvimento socioeconômico local, e conseqüentemente, nacional. Posteriormente, abordaram-se as diretrizes da função social e solidária da empresa, baseada nas premissas apresentadas pelo sistema jurídico brasileiro.

Munidos dos conceitos e definições necessárias para responder à problemática apresentada pelo estudo em voga, avançou-se para a análise do papel do shopping center na cidade, a partir de um olhar crítico sob o arquétipo da função social e solidária da empresa neste cenário negocial.

Por fim, teceram-se as considerações finais a qual o estudo se propos.

1. O PAPEL DA EMPRESA NA ORDEM ECONÔMICA ENQUANTO AGENTE DE DESENVOLVIMENTO LOCAL

Antes de adentrarmos no papel da empresa enquanto agente econômico, faz-se necessário abordar os preceitos constitucionais previstos na ordem econômica brasileira a fim de alcançar as premissas de desenvolvimento.

Assim, com o advento da atual constituição brasileira, datada de 1988, houve fortes modificações que passaram a ecoar na sociedade, dentre elas, a preocupação com o desenvolvimento socioeconômico nas diversas esferas do Estado brasileiro, ou seja, federal, estadual e municipal.

Fincados sob o manto dos arquétipos do Estado Democrático de Direito, o artigo 3º da atual Constituição, elenca a necessária observância dos objetivos fundamentais da república pelos entes federados, assim, cabe a eles desenvolverem ações pautadas na construção de uma sociedade livre, justa e solidária; implementação de políticas que busquem a erradicação da pobreza; garantir o desenvolvimento nacional; redução das desigualdades sociais (locais) e regionais; promover a igualdade e coibir quaisquer tipos de discriminação, sejam elas de raça, cor, credo, entre outras. (BARROSO, 2022).

Além dessas premissas arroladas, é indispensável destacar que ao traçar e positivar tais objetivos, o poder constituinte buscou enaltecer os critérios mínimos de dignidade a pessoa humana. Nesse sentido, o Estado se tornou responsável pela implementação de diversos direitos, tais como, saúde, educação, lazer, entre outros, desenvolvidos mediante políticas públicas específicas. Contudo a gama de direitos estabelecidos para prover os anseios de dignidade da pessoa humana necessita da participação de todos os agentes que compõem as diversas camadas da esfera pública. (HABERMAS, 1984)

Partindo dessa lucida linha de pensamento, o constituinte, através da positivação do artigo 170, trouxe para ordem econômica diversas premissas a serem observadas no desenvolver de qualquer atividade econômica, são elas:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei. (BRASIL; CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988, p.103)

O dinamismo trazido pelo texto constitucional na pretensão de proporcionar meios que consigam implementar os valores que sedimentam uma vida digna se perfazem diante da nova concepção do modelo econômico brasileiro, oriundo do movimento neoconstitucional incorporado pela atual constituição (TAVARES, 2023).

Entretanto, é imperioso lembrar que mesmo que a Constituição Federal de 1988, traga instrumentos básicos que transparece o modo de produção capitalista, nos moldes dos artigos 5º, XXII e 170, II que abordam a propriedade privada; o artigo 170 que consagra a livre iniciativa, bem como a livre concorrência; ou ainda, o artigo 173, que enaltece a preferência da exploração econômica por empresa privada. Ela também permite a intervenção direta e indireta do Estado para regular o mercado, bem como os agentes que nele atuam.

Nesse cotejo Eros Grau (2023) trabalha sobre a ideia de que o sistema jurídico é oriundo do modelo capitalista moderno, tal perspectiva é vinculada aos próprios limites impostos pela atual Constituição, assim, é possível ocorrer a intervenção do Estado no domínio econômico em favor do mercado. Isso porque a conduta intervencionista, tem por fim coibir qualquer comportamento que viole a livre concorrência, bem como os critérios de liberdade que contemplam os anseios distributivos de justiça social e a valoração do trabalho humano.

Partindo desse prisma, assevera-se que as interpretações normativas, necessariamente, precisam observar a completude do ordenamento constitucional. Isso implica em destacar que a moldura da subsunção constitucional deve abarcar todos os valores e princípios que orbitam a ordem econômica (BONAVIDES, 2020).

Além disso, é importante salientar que esses dispositivos constitucionais trazem uma série de princípios intrínsecos e extrínsecos que compõem o sistema que define o atual modelo econômico vigente no Brasil. Assim sendo, o Legislador deixou a critério dos demais Poderes ponderar sobre as possíveis consequências (falhas de mercado) oriunda da exploração baseada estritamente no modelo liberal puro. Pois, os direitos relativos à dignidade da pessoa humana não são cláusulas fechadas, estando em constante transformação e evolução, cabendo, sempre, o necessário reexame das circunstâncias caso a caso (RAMOS, 2019).

Sobre tal constatação cabe observar que existem alguns influxos entre a perspectiva liberal tradicional (tendo como principais atributos, o lucro e acúmulo de riquezas) e as garantias de direitos sociais e valores fundamentais consagrados pela atual Constituição.

Portanto, as ideias do modelo capitalista adotadas pela nossa Constituição Federal de 1988, devem ser limitadas pela observância dos princípios e direitos consagrados na própria Constituição. A livre iniciativa é, deste modo, uma característica essencial, mas não absoluta, pois o Estado deve intervir sempre que houver conflitos entre garantias constitucionais, pois, o princípio da unidade da constituição estabelece que ela não pode ser interpretada em tiras, mas, na sua totalidade (GRAU, 2023)

Logo, pode-se afirmar que a Constituição repudia o dirigismo e acolhe a estatolatria, em outros termos, pode-se comparar que o modelo econômico adotado pelo atual sistema jurídico brasileiro se aproxima do modelo proveniente da escola econômica neoliberal¹.

Todavia, cabe ressaltar que no período de promulgação da Constituição do Brasil de 1988, tal escola ainda se encontrava em amadurecimento. Ademais, nem todas as premissas defendidas pela escola econômica neoliberal foram acatadas pelo sistema jurídico brasileiro, motivo pelo qual, a nomenclatura defendida por Eros Grau (2023) é o capitalismo moderno.

Também, é importante destacar que o Estado é garantidor do patamar civilizatório mínimo da pessoa humana e deve regular e intervir no mercado, nas relações para coibir o aparecimento das falhas de mercados responsáveis por interferir no bem-estar social, e conseqüentemente na violação de garantias constitucionais.

Destaca-se, também, que devido ao nível de evolução dos direitos e garantias constitucionais que o Estado brasileiro se encontra, assim, como aqueles consagrados pelo mundo, a exemplo, os conceitos oriundos das políticas trabalhadas pela sustentabilidade que condizem ao tripé de responsabilidade social, ambiental e governança, fica impossível pensar numa sociedade capitalista moderna que flexibiliza direitos e retroage os valores fundados numa ordem econômica que compartilham a valorização do trabalho humano e da livre iniciativa (BRITO, 2023).

Resguardar a livre iniciativa, é garantir que as atividades empresariais desenvolvidas dentro dos limites estabelecidos pelo Estado, possam distribuir riquezas, promover os patamares, ainda que mínimos, de justiça social, gerando, conseqüentemente, desenvolvimento socioeconômico e bem-estar social.

Estimular a livre iniciativa, significa estimular a circulação de bens e serviços a fim de atender os anseios da população, entretanto, equilibrar os fatores de produção, distribuição e circulação de riquezas no contexto brasileiro, é extremamente complexo em razão das

¹ Tal movimento teve como marco os anos de 1980 nos países desenvolvidos e nas décadas de 1990 e 2000 nos países em desenvolvimento, os fundamentos econômicos dessa escola foram fincados no “Consenso de Washington” e propagadas pelo Banco Mundial e pelo Fundo Monetário Internacional FMI

dimensões territoriais, das diversidades regionais e culturais, e da ausência do necessário alinhamento entre as políticas de crescimento e desenvolvimento entre os entes federados (DOMINGUES, 2012).

Por outro lado, convém observar que o município pode ser um grande ator no contexto do desenvolvimento local, isso porque o alinhamento de políticas urbanas pautadas na otimização e planejamento de espaços urbanos, atrai para localidade os olhares dos investidores.

Isso implica em desenvolver a utilização dos espaços urbano de forma a promover o equilíbrio entre o poder econômico e o crescimento ordenado e harmonioso previsto nas políticas de planejamento urbano estabelecidas no plano diretor.

Considerando a necessidade de observância desse contexto, cria-se na localidade um campo fértil para atrair empreendedores que queiram investir e especular o mercado local através do investimento do setor imobiliário, assim, nascem a expansão de diversas formações de condomínio edilícios, conseqüentemente replanejamento das zonas urbanas a fim de auferir o desenvolvimento socioeconômico desses minicentros. (LEFEBVRE, 2019 a)

Buscando acolher os anseios da demanda local nessas zonas, surgem diversas atividades empresariais para atender tais necessidades, como exemplo, os mercadinhos, transporte, farmácias, padarias, escolas, centros comerciais, shopping centers, hospitais, entre outros. Essas atividades empresariais, independentemente do seu porte (micro, pequena, média e grande), desempenham um importante papel no desenvolvimento socioeconômico da localidade em que estão inseridos, sendo agentes econômicos que transformam a realidade social na distribuição de justiça social e circulação de bens e riqueza.

Ademais, é importante avultar que essas atividades empresariais, necessariamente, devem observar a simetria harmoniosa entre o exercício da atividade, que deve se pautar na função social e solidária da empresa, somadas ao direito de fruição da propriedade, sedimentados na função social da propriedade, no cuidado com o meio ambiente, no direito à cidade e na função social atrelada ao direito a cidade (LEFEBVRE, 2008).

Considerando as premissas apresentadas, passa-se a analisar a função social e solidária da empresa à luz do ordenamento jurídico brasileiro.

2. AS DIRETRIZES DA FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA SEGUNDO O ORDENAMENTO BRASILEIRO

Conforme explanado no tópico anterior, a empresa exerce um importante papel na ordem econômica e social, sendo um agente econômico, fundamentado no princípio da livre

iniciativa, visando, o desenvolvimento socioeconômico. Pode-se afirmar que as empresas são sociedades econômicas organizadas que tem por fim o desenvolvimento das atividades voltadas à produção, bem como a distribuição de bens e serviços, criação de riquezas e utilidades, sendo orientadas pelas diretrizes da ciência do direito e da ciência econômica (SACCHELLI, 2013).

Atrelado a isso, encontra-se a função social e solidária, que são obrigações e deveres para tutelar a coletividade, reduzindo as desigualdades sociais, com o desenvolvimento de ações sustentáveis.

A função social e solidária empresa consiste num princípio importante que auxilia no bom funcionamento da ordem econômica constitucional, além de observar várias outras esferas da sociedade, tais como, o meio ambiente, o direito dos trabalhadores, a propriedade privada, entre outros.

Deste modo, pode-se assegurar que “o Princípio Constitucional da Solidariedade, identifica-se, assim, com o conjunto de instrumentos voltados para garantir uma existência digna, comum a todos, em uma sociedade que se desenvolve como livre e justa, sem excluídos ou marginalizados” (MORAES, 2003, p. 114).

Em outros termos, a solidariedade deve estar presente em todas as relações de natureza contratual, sobretudo, naquelas que envolvem relações negociais atreladas a circulação de bens e riquezas, como as relações consumeristas e empresariais. Isso porque a ideia de função social e solidariedade são protegidas pelo mato da cláusula geral de dignidade humana que norteia nosso ordenamento, sendo retratada, nesse cenário, como metaprincípio (NERY; NERY, 2019).

Apesar do lucro ser o objetivo principal dos agentes econômicos, ele não deve ser perseguido a margem dos valores principiológicos compartilhados pela sociedade e positivado no ordenamento jurídico brasileiro.

Nesse cotejo, o lucro deve se alinhar aos arquétipos da livre iniciativa desenhados pelo artigo 170 da Constituição de 1988, o que implica em ressaltar, que o empresário, na condução da empresa, necessita desenvolver suas atividades na tentativa de satisfazer o interesse da coletividade, em outras palavras, trabalhar para promover a circulação bens, riquezas ou serviços.

Nesse sentido, Clara Rodrigues de Brito, destaca que:

É função da empresa obedecer aos parâmetros mercadológicos estabelecidos para o exercício do livre mercado; promover as necessidades efetivas relacionadas aos consumidores (direito de informação, circulação de riquezas e serviços); gerar postos de trabalhos; promover a redução das desigualdades; gerar e manter as relações de empregos, contemplando, necessariamente, os direitos positivados para a constituição

e as leis específicas; e proteger o meio ambiente por meio da exploração racional e sustentável da sua atividade econômica.

Isso implica observar as diretrizes de responsabilidade ambiental, social e governança. A empresa precisa equilibrar e desempenhar, de forma efetiva, a função social a qual se destinou, conforme escriturado no estatuto social, pois a autorização de funcionamento da atividade empresarial, é avaliada e permitida pelo Estado visando satisfazer o bem-comum por meio da supremacia do interesse público; o bem-estar social oriundo da satisfação do interesse individual e coletivo; a justiça social que é auferida pela cadeia gerada para a produção dos lucros (BRITO, 2023.p.80).

Assim, as empresas precisam cumprir com as funções sociais, nos moldes estabelecidos em seus contratos sociais de constituição, e, regulado pelos preceitos da ordem econômica constitucional, devendo obedecer à justiça social, motivo pelo qual a empresa deve implementar políticas pautadas no princípio da solidariedade, alinhada aos preceitos de governança a partir das relações com seus empregados, a sociedade, os consumidores, os concorrentes, com o meio ambiente, entre outros.

Logo, a função social da empresa constitui um poder-dever inerente ao empresário, no sentido de compatibilizar as atividades desenvolvida pela empresa com os interesses da sociedade, por intermédio da observância dos deveres positivos e negativos, correlacionados como os ramos do direito trabalho, consumidor, tributário, empresarial, ambiental, concorrencial, etc.

Cabe destacar que a livre iniciativa é um dos fundamentos da ordem econômica, desse modo, o Estado não deve intervir na atividade econômica, salvo para fiscalizar e controlar o mercado, podendo o empresário atuar pautado no seu plano de negócio, desde que atenda os limites estabelecidos pelo ordenamento jurídico brasileiro, que equaciona os anseios da livre iniciativa à luz da promoção e desenvolvimento social e econômico, almejados pelas políticas locais, estaduais e nacionais.

Destaca-se que a livre iniciativa só atenderá seu propósito constitucional se aliado ao lucro, atender também à justiça social, proporcionando de forma solidária e distributivas, a igualdade social e econômica para todos. Isso porque a ordem econômica constitucional é fundada igualmente na valorização do trabalho humano, garantir a todos uma existência digna, respeitando os princípios da soberania nacional, do direito de propriedade privada, da função social da propriedade, da livre concorrência, da defesa do consumidor, da proteção do meio ambiente, reduzir a desigualdade regional e social, buscar o pleno emprego, tratamento privilegiado das pequenas empresas com capital (RAMOS, 2019).

Toda via, não se pode deixar de lembrar de que a função social da empresa permeia o necessário equilíbrio entre a liberdade empresarial e o igual direito à liberdade dos demais

membros da sociedade, já que envolve uma questão da justiça social. Os princípios da função social da propriedade e da empresa podem ser considerados como “uma forma que a Constituição encontrou de condicionar o exercício da atividade empresarial à justiça social sem ter que recorrer a nenhum compromisso previamente determinado” (FRAZÃO, 2011, p. 198-199).

Portanto, pode-se afirmar que a empresa desenvolve sua função social, quando gera postos de trabalhos, tributos, distribuição de riqueza, coopera para o desenvolvimento socio cultural e econômico da comunidade onde se encontra inserida, bem como, na adoção de práticas empresariais sustentáveis mirando a proteção e preservação do meio ambiente e observando os direitos dos consumidores.

Ademais, a observância ao princípio da função social da empresa é necessária para sua própria preservação, pois esta tornou-se independente da pessoa do empresário e constituiu-se em uma organização autônoma, com implicações na esfera econômica e social (FACCHINI NETO; ANDRADE, 2016. p.148).

Oportuno mencionar que do princípio da solidariedade social da empresa nasce outro princípio, o da empresarialidade responsável, no qual a empresa deve dar atenção especial ao bem-estar de seus empregados, bem como, se preocupar com a sustentabilidade do meio ambiente a sua volta, além do crescimento local onde se encontra instalada.

3. O PAPEL DO SHOPPING CENTER NA CIDADE: Um olhar a partir do arquétipo da função social e solidária da empresa

O surgimento dos shoppings centers, tal como conhecemos, tem como marco o ano de 1920, tendo como palco a cidade do Kansas - Missouri nos Estados Unidos, o objetivo da construção de um empreendimento que possuísse uma gama de lojas organizadas com variedades de produtos e serviços, em ambientes planejados, cujo fim consistia em desenvolver uma área afastada. Nesse sentido, o Country Club Plaza foi o primeiro centro comercial planejado, com amplo estacionamento, administrado por um único grupo, sendo considerado um piloto do que viria a ser o shopping center (BUZAID,1991).

Com o sucesso oriundo da urbanização dessas áreas afastas, esse modelo de empreendimento foi se tornando um grande atrativo, sendo implementado em outros lugares. Assim, anos mais tarde, na cidade do Dallas – Texas nos Estados Unidos, surgiu o primeiro shopping center tal como conhecemos, o Highland Park Shopping Village, datado de 1931.

Esse modelo trazia consigo grandes lojas de departamentos, denominadas de lojas âncoras, lojas de pequeno e médio porte, denominada de lojas satélites (BUZAID,1991).

A ideia de encontrar tudo em um só lugar, caiu no gosto dos consumidores, levando esses empreendimentos a ganhar o mundo, assim, a cada novo empreendimento, eles ficam cada vez mais sofisticados, maiores, com amplo *mix* de ofertas, sendo associado a ideia de praticidade e conforto (MALLMAN, 2021).

Pode-se constatar que desde a sua origem a ideia de shopping center, é atrelada aos anseios de desenvolvimento e crescimento organizado de determinado perímetro urbano, pois devido às obras de infraestrutura, mobilidade urbana para se levar a esses lugares afastados, vão com o passar dos anos estimulando as construções de habitações, bem como novos tipos de comércio para atender esse novo centro urbano.

No Brasil o crescimento desse tipo de empreendimento imobiliário, tem como cenário os processos de planejamento urbano desenhado pela cidade. Nessa linha, desenvolvimentista, a cidade de São Paulo foi a primeira a autorizar a construção de empreendimento imobiliário tipo shopping center, visando gerir de forma mais eficiente o caos gerado pela centralização comercial no coração da cidade, partindo dessa premissa, passou-se em implementar políticas de melhor gestão dos espaços urbanos.

Deste modo, com a implementação do shopping Iguatemi – SP (1966), a região da Avenida Faria Lima, se desenvolveu exponencialmente, atraindo bancos, edifícios empresariais, e melhoria em obras de mobilidade e infraestrutura urbana. Atraída pelos resultados econômicos, a cidade de Brasília liberou a construção do shopping Conjunto Nacional de Brasília, que adotava os padrões internacionais implementados à época, nesse viés, tal empreendimento contava com presença de salas empresariais destinadas a escritórios, regras condominiais rígidas, amplo estacionamento, salas de cinemas, um *tent mix* considerado completo à época. (CASTELLO BRANCO, 2007).

Com o passar dos anos, estes empreendimentos ganharam as capitais do país, com maior concentração na região sudeste, contudo, foi entre 2003 e 2016 que esse seguimento atingiu o estrelato. Segundo dados da ABRASCE, em 2006, o Brasil possuía 346 shoppings centers, todavia, com o aumento das linhas de créditos ofertadas pelo governo brasileiro à época, em razão do “*boom das commodities*”, os números do seguimento alcançaram a marca de 558 shoppings centers, o que representa “15.237 m², com 99.990 lojas, 1.016.428 postos regulares de trabalhos, com o tráfego de 438 milhões de pessoas no mês, totalizando uma venda de 157,9 bilhões de reais no ano, até o final de 2016” (ABRASCE, 2018. p.4-7).

Nessa esteira, o shopping center passou a ser tido como um aliado à otimização de tempo. Embora existam algumas variáveis importantes a serem analisadas nas relações negociais que envolvem o shopping center na cidade, seus defensores alegam que a construção desse monumento de compras, é responsável por contribuir para geração de postos de trabalhos, circulação de riquezas, e, por conseguinte, contempla uma forma de impulsionar o lazer, educação, saúde, cultura, etc. (MALLMAN, 2021).

Por outro lado, deve-se destacar que as métricas que auferem os resultados econômicos da relevância desse empreendimento no contexto da cidade não possuem parâmetros claros, tal constatação decorre dos números divulgados pelas associações ligadas ao setor.

Nesse aspecto, cita-se as projeções divulgadas pelo setor no período pré-pandemia da covid-19, tendo em vista que todos os setores da economia foram amargamente afetados pela situação de calamidade pública gerada pela covid-19, nos últimos anos. Assim, destaca-se:

Motivado por um quadro econômico melhor que o de 2018 e com a confiança do consumidor melhorando nos últimos meses de 2019, bem como os novos shoppings e lojas que entraram em operação no ano tivemos uma receita de vendas de R\$ 168,2 bilhões, correspondendo a um acréscimo de 7,5% sobre 2018. (...) 2012: 123,1 bilhões; 2013: 132,8 bilhões; 2014: 143,4 bilhões; 2015: 145 bilhões; 2016: 140,5 bilhões; 2017: 147,5 bilhões; 2018: 156 bilhões; 2019: 168,2 bilhões (ALSHOP, 2019, p.1-3).

Embora o seguimento demonstre números expressivamente positivos para o setor, bem como apresenta projeções de faturamento, a notícia abaixo, sobre a projeção de vendas para o final do ano de 2019², não apresentou o método utilizado para alcançar tais estimativas:

As vendas para o Natal nos shopping centers brasileiros devem crescer 10% este ano em relação a 2018, de acordo com pesquisa da associação do setor Abrasce, divulgada nesta quarta-feira. O levantamento também aponta valor médio de 200 reais para as compras e aumento de 10% no número de funcionários temporários contratados para o período. O setor vive um momento otimista, segundo o presidente da Abrasce, Glauco Humai, acrescentando que durante a Black Friday as vendas aumentaram 19,5% em relação a 2018 (UOL, 2019. pp.01-03).

Essa notícia, divulgada pela ABRASCE ao jornal da UOL, causou conflitos gerados pelas associações que orbitam o setor, isso porque a ABALOS (Associação Brasileira dos

² A presente pesquisa se limitou a análise dos números relativos ao ano de 2019, tendo em vista que em março de 2021, o país entrou em situação de emergência em decorrência da covid-19, desse modo os dados posteriores, ou seja, 2020, 2021, 2022 e 2023, ainda amargam os prejuízos ocasionados pela situação de emergência, nesse sentido todos os setores da economia continuam em fase de retomada, sobretudo, o varejo.

Lojistas Satélites), questionou os resultados apresentados pela pesquisa. Nesse sentido, declarou:

A divulgação de um crescimento forte nas vendas dos shopping centers durante o Natal desagradou uma parte dos varejistas, que alega não se sentir representada pelos números apurados, expondo uma briga no setor. A Associação Brasileira dos Lojistas Satélites (Ablos) encaminhou uma nota à imprensa afirmando que "contesta e repudia" os dados publicados que apontou uma alta de 9,5% nas vendas do Natal de 2019 em comparação com a mesma data comemorativa de 2018. (...) A associação não tem uma pesquisa própria que apure o desempenho das vendas. Em vez disso, tem uma sondagem com seus associados, informa Bessa, na qual 70% afirmaram que as vendas natalinas de 2019 foram iguais ou piores do que as de 2018, e só 30% disseram que as vendas melhoraram (BONATELLI, 2019. p.01- 03).

Partindo para uma análise crítica, pode-se constatar que a desarmonia proveniente do setor, demonstram que os números oriundos são contestáveis, trazendo reflexos para a seara econômica, contratual e social, já que as projeções de risco não podem ser mensuradas, o que implica em refletir se o desenvolvimento local necessariamente precisa ser pautado na especulação imobiliária gerada pelos grandes grupos econômicos que movimentam o setor.

Outra importante reflexão recai sobre os subsídios que o Estado concede para financiar esse tipo de empreendimento, já que, na prática, somente parte da população consegue usufruir desses espaços glamorizados dos shoppings centers. Além disso, existem outros fundos bancários que podem financiar o setor.

O que nos leva a desencadear outro aspecto, que reflete o alargamento da expansão creditícia, muitas das vezes, sem estudo de impacto voltado aos consumidores, refletindo no fomento, artificial do PIB alarmado pelo setor. Toda via, deve-se destacar que paralelo ao aumento do PIB, existe, ao mesmo tempo, o aumento massivo do endividamento da população (GALA, 2016).

Diante dos dados apresentados, pode-se averiguar que a função social da empresa, aplicada ao shopping center, podem ser visualizadas, pois é incontestável negar os números de postos de trabalhos alavancados pelo empreendimento, do mesmo modo a circulação de bem e riquezas, uso da propriedade nos moldes do ordenamento jurídico brasileiro, contemplando, inclusive as premissas desenvolvimentistas do direito urbanístico.

Contudo, a função solidária da empresa à luz do shopping center se perde pela própria natureza da atividade econômica pautada, sobretudo, no lucro, isso porque, pode-se declarar que o shopping não configura um ambiente puramente democrático, não desenvolvem ações

pautas na funcionalização da solidariedade a fim de atender os interesses que transitam tanto na esfera pública quanto na privada.

Nesse ínterim cabe destacar que a solidariedade empresarial deve se coadunar com a justiça social, criando oportunidades iguais para todos, e concedendo um padrão mínimo de distribuição da riqueza e dos benefícios nas atividades econômicas.

Ademais, não se pode afirmar que os shopping centers desenvolvem a contento a função social e solidária da empresa na sua completude, já que ao observar o formato do negócio, a empresa simplesmente se limita a gerir de forma organizada o ambiente onde várias empresas (lojistas) estão inseridas, apresentando muito mais um cenário de gestão condominial, com fortes limitações às ações dos lojistas que desenvolvem suas atividades empresariais dentro desse conglomerado organizado de lojas.

Partindo dessa análise, pode-se constatar que a função social e solidária do shopping center, não é desenvolvida diretamente por ele, mas sim, pelas empresas (lojistas) que se coobrigam junto ao empreendimento na perceptiva de aumentar seu lucro, o que nos leva a observar que o empreendimento em si, não possui uma forte atuação em relação aos arquétipos esperados da função social e solidária esperada da empresa.

Por fim, passa-se a explanação das considerações finais do presente estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo das premissas apresentadas pelo estudo em voga, pode-se concluir que a autorização de construção de um empreendimento tipo shopping center na cidade, esta intrinsecamente ligada aos anseios de desenvolvimento e crescimento econômico projetados à população. Tendo em vista que desde o seu surgimento, a construção do shopping center é diretamente ligada a ideia de geração de emprego, distribuição de renda, circulação de bens e serviços, entre outros.

Contudo, pode-se averiguar que os parâmetros estabelecidos pelos conceitos trazidos pela função social e solidária da empresa, é de complexa adequação ao que se refere as atividades desempenhadas pelos empreendimentos imobiliários intitulados de shopping center. Isso porque não se consegue apontar precisamente se as atividades desenvolvidas pelo shopping center condizem com os interesses da sociedade, se há realmente observância dos deveres positivos e negativos, correlacionados em nosso ordenamento jurídico, dentre eles a distribuição de riquezas, justiça social, aplicação dos parâmetros do tripé de sustentabilidade, etc.

Também, constatou-se que a natureza da atividade desenvolvida pelo shopping, é muito mais de coordenação de interesses e gestão rígida do condomínio de empresas que se coobrigam sob sua gestão com objetivo de lucro, não havendo uma clara atuação do empreendimento no requisito da função solidária, já que função solidária se vislumbra através de ações que desenvolvam a justiça social, criação de oportunidades iguais para todos, estabelecer um padrão mínimo de distribuição de riqueza e dos benefícios oriundos das atividades econômicas.

Essa verificação decorre da própria estrutura glamourizada do shopping center, que não representa um ambiente democrático e igualitário. Por outro lado, verifica-se que a função social, pode ser visualizada, ainda, que de forma transitória, como no uso da propriedade, na geração de postos de trabalhos, circulação de bens e serviços, recolhimento de tributos, entre outros.

Por fim, observou-se que o shopping center, à luz do desenvolvimento socioeconômico local, trata-se de uma ilusão, apresentando-se como mera especulação imobiliária da região, atrelando-se a uma lógica fincada primordialmente no lucro. Tal afirmação decorre do desalinhamento dos números apresentados pelo próprio seguimento, contestados, inclusive, pelas associações que orbitam o próprio setor.

REFERÊNCIAS

ABRASCE – Associação Brasileira de shopping center. **Estudo de Mercado Strip Malls 2018**. Disponível em: https://abrasce.com.br/wp-content/uploads/2019/04/general_0e1db96beb470fe98091f9e71c437b31.pdf. Acesso em: 27 jul. 2023.

ALSHOP. **Panorama do Setor Varejista de Shoppings**, 2019. Disponível em: <https://www.alshop.com.br/pesquisa.asp>. Acesso em: 02 ago. 2023.

BARROSO, Luis Roberto. **Curso de Direito Constitucional Contemporâneo**, 10ª edição, São Paulo: Saraiva, 2022.

BONATELLI, Circe. **Pequenos lojistas refutam alta em vendas dos shoppings no Natal**. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2019/12/28/pequenos-lojistas-refutam-alta-em-vendas-dos-shoppings-no-natal.htm> Acesso em: 02 ago. 2023.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**, 35ª edição, Coleção Coedição Malheiros, São Paulo-SP: Editora JusPodivm, 2020.

BRASIL; PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 20 jun. 2023.

BRITO, Clara Rodrigues de. Os impactos socioeconômicos decorrentes do contrato de shopping center nas cidades. Dissertação de Mestrado em Direito –Empreendimentos Econômicos, Desenvolvimento e Mudança Social – Relações Empresariais, Desenvolvimento e Demandas Sociais –**Repositório Universidade de Marília- UNIMAR**, 2023.

BUZAID, Alfredo. Estudo sobre shopping center. In: PINTO, Roberto W. Renault; OLIVEIRA, Fernando A. Albino de (Coord.). **Shopping centers: questões jurídicas**. São Paulo: Saraiva, 1991.

CASTELLO BRANCO, Carlos Eduardo et al. **Setor de Shopping center no Brasil: evolução recente e perspectivas**. 2007. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2575/1/BS%2026%20Setor%20de%20shopping%20center%20no%20Brasil_P.pdf . Acesso em: 27 jul. 2023.

DOMINGUES, Eduardo Garcia Ribeiro Lopes. **Municipalismo e política urbana: a influência da União na política urbana municipal**. 1º edição, Rio de Janeiro – RJ: Lumen Juris, 2012.

DOS SANTOS, Régis Canale; MENDES, Murilo Estrela. Função social e solidária da empresa e o meio urbano. **Revista RJIB**, ano 6, nº3, 2020, p.1721-1748.
FACCHINI NETO, Eugênio. ANDRADE, Fábio Siebeneichler de. A Funcionalização do Direito: a empresa e sua função social. STEINDORFER, Fabriccio. MIZUTA, Alessandra (coord.). **Limitações constitucionais ao exercício da atividade econômica**. Curitiba - PR: Juruá, 2016.

FRAZÃO, Ana. **Função Social da Empresa: repercussões sobre a responsabilidade civil de controladores e de administradores de S/As**. Rio de Janeiro RJ: Renovar, 2011.

GALA; Paulo. **A economia do shopping center: para entender o Brasil dos últimos anos**, 2016. Disponível em: <https://www.paulogala.com.br/a-economia-do-shopping-center-para-entender-o-brasil-dos-ultimos-anos/> Acesso em: 05 ago. 2023.

GRAU, Eros Roberto. **A ORDEM ECONÔMICA NA CONSTITUIÇÃO DE 1988**, 20ª edição, Coleção: Coedição Malheiros, São Paulo-SP: Editora JusPodivm, 2023.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LEFEBVRE, Henri. **A Revolução Urbana**. 2ª edição, Belo Horizonte – MG: UFMG, 2019.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito a Cidade**. Traduzido por Rubens Eduardo Frias. 5ª edição, São Paulo – SP: Editora Centauro, 2008.

MALLMAN, Frederico Batista. **O Contrato de Shopping Center no Direito Brasileiro: características e parâmetro para sua interpretação**, São Paulo – SP: Editora Quartier Latin, 2021.

MORAIS, Maria Celina Bodin de. **Danos à pessoa humana: uma leitura civil-constitucional dos danos morais.** Rio de Janeiro – RJ: Editora Renovar 2003.

NERY, Nelson Júnior; NERY, Rosa Andrade; **Instituições de Direito Civil**, vol.2, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

RAMOS, André Carvalho. **Curso de Direitos Humanos.** 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

SACCHELLI, Roseana Cilião. A livre iniciativa e o princípio da função social nas atividades empresariais no contexto globalizado. **Revista da Ajuris**, volume 40, nº 129, março 2013, p. 249-278.

TAVARES, André Ramos. **Curso de Direito Constitucional.** 21ª edição, São Paulo-SP: Saraiva JUR, 2023.

TEPEDINO, Gustavo; OLIVA, Milena Donato. **Teoria geral do direito civil.** Editora Forense, 2021.

UOL. **Vendas de Natal em shoppings devem crescer 10% em 2019, mostra pesquisa da Abrasce.** Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2019/12/11/vendas-de-natal-em-shoppings-devem-crescer-10-em-2019-mostra-pesquisa-da-abrasce.htm>. Acesso em: 02 ago. 2023.