

Aplicação da responsabilidade solidária entre franqueado e franqueador perante o consumidor

Lívia Teixeira de Paula*

Resumo: O presente artigo propõe uma reflexão sobre o conceito de franquia, seus componentes, e, especialmente, sobre a responsabilidade solidária do franqueador e franqueado perante o consumidor. A Lei 8.078/90 prevê expressamente a responsabilidade solidária dos integrantes da cadeia de consumo. No tocante ao franqueado, doutrina e jurisprudência são uníssonas com relação à sua integração à cadeia de consumo, uma vez que representa o fornecedor imediato do produto ou serviço. Por outro lado, com relação ao franqueador, conquanto a doutrina majoritariamente o inclua na cadeia de consumo, aplicando a responsabilidade solidária, a jurisprudência vem oscilando, ora reconhecendo a solidariedade, ora não. A fim de discorrer sobre o tema, conquanto sejam escassas as fontes, foram consultadas bibliografia e jurisprudência como meios de pesquisa. Conclui-se que, não obstante as divergências jurisprudenciais, o reconhecimento da solidariedade entre franqueado e franqueador apresenta-se de suma importância para garantia dos direitos consumeristas, figurando-se como a fiel aplicação da Lei 8.078/90 e seus preceitos.

Palavras-chave: Franqueador. Cadeia de consumo. Responsabilidade solidária. Divergências. Aplicabilidade.

Introdução

O art. 7º, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) dispõe que, tendo mais de um autor a ofensa, todos deverão responder solidariamente pela reparação dos danos. O art. 18 do citado diploma legal, reafirmando o previsto no art. 7º, prevê a solidariedade entre os fornecedores de produtos. Com respaldo nos referidos preceitos legais, que são de ordem pública e de interesse social (art. 1º da Lei 8.078/90), o presente trabalho tem como tema uma reflexão sobre a aplicação da responsabilidade solidária entre o franqueador e o franqueado perante o consumidor.

Nessa perspectiva, foram analisadas as seguintes questões:

- O franqueador compõe a relação de consumo?
- Pertencendo o franqueador à cadeia de consumo há possibilidade de ser excluída a responsabilidade solidária?
- Qual a orientação doutrinária e jurisprudencial sobre o tema?
- Qual a importância da posição adotada para a aplicação dos direitos consumeristas?

A responsabilidade solidária permite ao consumidor acionar qualquer dos participantes ou todos os integrantes a responderem pela violação de seus direitos previstos na Lei 8.078/90.

Para Paulo Lobo,

O CDC elege a responsabilidade passiva entre os fornecedores como diretriz fundamental para facilitar a defesa do consumidor, sendo um dos mais poderosos instrumentos de tutela do direito do consumidor (LOBO, 2005, p.151-152).

Nesse contexto, o objetivo final principal deste estudo reside em demonstrar a importância da aplicação da responsabilidade solidária entre os constituintes da cadeia de consumo, na qual se inclui o franqueador, para a concretização da defesa dos direitos do consumidor.

Para alcançar os objetivos propostos, foram utilizados como recursos metodológicos pesquisa bibliográfica, julgados dos tribunais pátrios e artigos científicos divulgados no meio eletrônico.

As conclusões obtidas foram fundamentadas em ideias e concepções de autores, especialmente dedicados ao direito comercial e do consumidor, como Marques (2004), Noronha (2003), Coelho (2003) e Alvim (1995).

Desenvolvimento

* Servidora Pública Estadual (TJMG – 1ª Instância). Graduada em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Conclusão: 2º semestre de 2000. Colação de Grau: 16/12/2000. Aprovada no Exame da Ordem dos Advogados do Brasil em maio/2001. Especialista em Direito Público Municipal pela Unifenas – Universidade José do Rosário Vellano, em convênio com a Fundação Escola Superior do Ministério Público, em dezembro/2002.

A Lei 8.955/94, em seu art. 2º, define a franquia empresarial, delimitando suas características e elementos, *in verbis*:

Art. 2º Franquia empresarial é o sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.

Fábio Ulhoa Coelho, em seu *Manual de direito comercial*, esclarece que,

A franquia é um contrato pelo qual um comerciante (franqueador - *franchisor*) licencia o uso de sua marca a outro (franqueado - *franchisee*) e presta-lhe serviços de organização, com ou sem venda de produtos. Através deste tipo de contrato, uma pessoa com algum capital pode estabelecer-se comercialmente, sem precisar proceder ao estudo e equacionamento de muitos aspectos do empreendimento, basicamente os relacionados com a estruturação administrativa, treinamento de funcionários e técnicas de *marketing*. Isto porque tais aspectos encontram-se já suficiente e devidamente equacionados pelo titular de uma marca ou comércio ou serviço e ele lhe fornece os subsídios indispensáveis à estruturação do negócio (COELHO, 2003, p. 442-443).

Através dos conceitos supra, verifica-se que franqueador e franqueado constituem pessoas jurídicas diversas, comercializando os mesmos produtos e serviços, sendo que um através do outro.

Conquanto, em regra, o consumidor tenha contato direto com o franqueado, motivo pelo qual não há discordância com relação à sua responsabilidade perante o cliente final, ao buscar determinado produto ou serviço fornecido por aquele, o consumidor o faz envolvido pela marca, *Know-how* (que significa conjunto de conhecimentos práticos), e pela propaganda realizada através dos vários meios de comunicação, todos estes disponibilizados pelo franqueador. Em regra, o consumidor não tem sequer conhecimento da pessoa jurídica que está lhe fornecendo de forma direta, ou seja, do franqueado, uma vez que tem em mente a qualidade e outros atrativos oferecidos pelo franqueador.

Assim, na franquia, o consumidor adquire um produto de uma empresa, o franqueado, visualizando as características (marca, qualidade, *know-how*, propaganda, reconhecimento no mercado) de outra empresa, o franqueador, motivo pelo qual compõem ambos a cadeia de consumo, uma vez que esta deve ser entendida como todos os que tenham intervindo de alguma forma, direta ou indiretamente, na relação de consumo, contribuindo em qualquer fase, seja na produção, seja na oferta, seja na distribuição ou na venda.

Ainda que assim não fosse, diante do princípio da boa-fé objetiva, previsto no art. 4º, inciso III, da Lei 8.078/90, seria o caso de aplicação da "teoria da aparência", que figura como desdobramento daquele princípio.

Como sabido, a solidariedade não se presume, deve decorrer de lei, ou da vontade das partes, nos termos do art. 265 do Código Civil. Conforme dito, o art. 7º da Lei 8.078/90, em consonância com arts. 14, 18 e 20 do mesmo diploma legal, estabelece a responsabilidade solidária dos integrantes da cadeia de consumo, perante o consumidor.

Sobre a cadeia de consumo e a responsabilidade solidária no Código de Defesa do Consumidor, Cláudia Lima Marques expõe que,

O CDC permite assim a visualização da cadeia de fornecimento através da imposição da solidariedade entre os fornecedores. O CDC impõe a solidariedade em matéria de defeito do serviço (artigo 14 do CDC) em contraposto aos artigos 12 e 13 do CDC, com responsabilidade objetiva imputada nominalmente a alguns agentes econômicos. Também nos artigos 18 e 29 a responsabilidade é imputada a toda cadeia, não importando quem contratou com o consumidor. Segundo o parágrafo único do artigo 7º, tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo, disposição que vem repetida no artigo 25, § 1º (MARQUES, 2004, p.188).

Não obstante os conceitos supra, alguns julgados vêm retirando a responsabilidade do franqueador, sob a argumentação de que, não havendo ingerência ou poder sobre a administração do franqueado, não há que se falar em solidariedade.

Nesse sentido, figura a decisão infratranscrita:

Apelação cível. Preliminar. Ilegitimidade de parte. Contrato de franquia. Ausência de ingerência do franqueador sobre a administração da empresa franqueada. Inexistência de solidariedade. Indenização. Danos materiais e morais. Necessidade de comprovação. Não provado que o franqueador detinha poder sobre a administração da empresa franqueada, não há que se falar em formação de grupo econômico e, conseqüentemente, em responsabilidade solidária entre as partes. São devidos os danos materiais, inclusive lucros cessantes, desde que devidamente comprovados, principalmente quando houve reparação do dano. Em ação de indenização por ato ilícito, a correção monetária deve incidir desde a data do evento danoso, por configurar mera correção da moeda e por aplicação da Súmula 43, STJ. Apreciação quantitativa do juiz em arbitrar honorários advocatícios. A fixação dos honorários deve atender aos parâmetros legais ditados pelo art. 20 do CPC (TJMG - Apelação Cível 1.0024.06.246100-9/001 - Relator: Des. Nicolau Masselli - *DJe* de 06.06.2008).

Importante frisar que não se trata de compor ou não o franqueador grupo econômico, mas de integração da cadeia de consumo, atraindo para si a responsabilidade solidária prevista no Código de Defesa do Consumidor, é o que vêm decidindo de forma uníssona alguns tribunais do país, como os de São Paulo e do Paraná:

Prestação de serviços educacionais. Ação de indenização por danos material e moral. Procedência na origem. Apelação das rés, instituições de ensino franqueadora e franqueada. Legitimidade passiva da franqueadora confirmada. Fechamento da unidade de São Vicente antes do término do curso oferecido, que teria continuidade em Santos. Indenização por dano material bem fixada. Dano moral caracterizado. Autor menor. Inviabilidade de continuidade dos estudos. Transtornos. Reparação adequadamente estimada em 10 salários-mínimos (TJSP - Apelação Cível 61927620108260590 - 36ª Câmara de Direito Privado - Relator: Des. Dyrceu Cintra - *DJe* de 28.06.2012).

Apelação cível. Prestação de serviços. Cancelamento de curso de línguas após a primeira aula. Ausência de informação ao consumidor. Sentença condenatória. Danos materiais e morais. Inconformismo. Franqueador é parte legítima para figurar no polo passivo e responsável solidário com o franqueado. Aplicação do CDC. Danos morais cabíveis e arbitrados em proporcionalidade com o dano sofrido. Recurso desprovido por unanimidade. A responsabilidade dos danos é solidária na cadeia de fornecimento do serviço, consoante as regras do parágrafo único do art. 7º e do §1º do art. 25 do CDC (TJPR - Apelação Cível 848744-7 - 8ª Câmara Cível - Relator: Des. José Laurindo de Souza Netto - *DJe* de 29.09.2012).

Estes últimos julgadores consolidam o entendimento de que, ao repassarem ao franqueado o produto, o uso da marca e ao realizarem a propaganda, dentre outros elementos da franquia, o franqueador integra de forma indubitável a cadeia de consumo, pouco importando o grau de interferência nos negócios e na forma de gestão do franqueado, sendo, portanto, responsável solidário.

A solução da solidariedade não muda se os responsáveis tiverem agido independentemente uns dos outros (cocalidade, ou causalidade propriamente dita) (cf. Noronha, 2003, p. 655), "pouco importa que os atos que ocasionaram o dano tenham sido distintos ou não" (ALVIM, 1995, p. 171).

Especificadamente com relação à responsabilidade do franqueador, Rui Stoco esclarece:

A relação entre franqueador ou franqueado e o consumidor final encontra proteção no Código de Defesa do Consumidor. A responsabilidade de ambos em face do consumidor final é objetiva, nos termos dos artigos 12 a 14 do CDC, obedecendo-se, pois, as regras gerais e básicas ali esculpidas, sendo, assim, despidianda, para o consumidor e para a defesa de seus direitos, a circunstância de o fabricante, produtor, construtor, importador, comerciante ou prestador de serviços caracterizarem-se como franqueador ou franqueado (STOCO, 1998).

Não obstante a divergência entre os julgados pátrios, verifica-se que o estudo do tema se faz importante para a consolidação de um entendimento por parte dos magistrados.

Destaque-se que o posicionamento adotado revela-se crucial para que não haja a desnaturação dos preceitos estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor, uma vez que, ao considerar o franqueador componente da cadeia de consumo, faz-se incompatível a retirada da

responsabilidade ou de aplicá-la alternativamente, ora a reconhecendo, ora não, o que favorece a insegurança jurídica.

Conclusão

O Código de Defesa do Consumidor, como o próprio nome denota, tem como fim principal a proteção do consumidor perante as intempéries eventualmente ocorridas nas relações de consumo, e, para consolidar a referida proteção, estabeleceu princípios e preceitos jurídicos, dentre os quais se destacam a boa-fé objetiva e a responsabilidade solidária entre todos os componentes da cadeia de consumo.

Conforme amplamente informado no presente estudo, não apenas o franqueado, fornecedor direto, como o franqueador compõem a cadeia de relação de consumo, motivo pelo qual, nos termos dos arts. 7º, parágrafo único, 14, 18 e 20 da Lei 8.078/90, respondem solidariamente perante o consumidor.

Não obstante os entendimentos contrários, faz-se importante destacar, conforme já dito, que se apresenta contraditório incluir o franqueador na cadeia de consumo e excluir a responsabilidade solidária. Ademais, a adoção do referido posicionamento retira do consumidor a possibilidade de acionar quem detém o maior poderio econômico na franquia, que é o franqueador, mitigando a possibilidade de ressarcimento ou reparação.

Dessa forma, aplicar ao franqueador a responsabilidade solidária, não apenas corresponde ao cumprimento do pretendido pelo Código de Defesa do Consumidor, mas a manutenção de todos os preceitos que o referido diploma legal traz e representa, uma vez que, conforme disposto no art. 1º da Lei 8.078/90, constitui uma norma de caráter público e de inegável interesse social.

4 Referências

ALVIM, Arruda: ALVIM, Thereza; ALVIM, Eduardo Arruda; MARINS, James. *Código do Consumidor comentado*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

BRASIL. Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. 2002, Brasília: Senado Federal, *DOU* 11 jan. 2002. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/legislação>>.

BRASIL. Lei 8.955, de 13 de dezembro de 1994. Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (*franchising*) e dá outras providências. 1994, Brasília: Senado Federal, *DOU* 16 dez. 1994. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/legislação>>.

BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção ao consumidor e dá outras providências. 1990, Brasília: Senado Federal, *DOU* 12 set. 1990. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/legislação>>.

CIOCCARI, Michele. *A teoria da aparência no Código de Defesa do Consumidor*. Teresina, Jus Navegandi. 2001. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/2342>>.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Manual de direito comercial*. São Paulo: Saraiva, 2003.

LOBO, Paulo Luiz Netto. *Teoria geral das obrigações*. São Paulo: Saraiva, 2005.

MARQUES, Cláudia Lima. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 1.0024.06.246100-9/001, Relator: Des. Nicolau Masselli, *DJe* 06 jun. 2008. Disponível em: <<http://www.tjmg.jus.br>>.

NORONHA, Fernando. *Direito das obrigações*. São Paulo: Saraiva, 2003.

PARANÁ. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 848744-7, 8ª Câmara Cível, Relator: Des. José Laurindo de Souza Netto, *DJe* 29 set. 2012. Disponível em: <<http://www.tjpr.jus.br>>.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 61927620108260590, 36ª Câmara de Direito Privado, Relator: Des. Dyrceu Cintra, *DJe* 28 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.tjsp.jus.br>>.

STOCO, Rui. Responsabilidade civil no *franchising* e o Código de Defesa do Consumidor. *Revista CEJ*, Brasília, n. 4, jan./abr. 1998. Disponível em: <<http://daleth.cjf.jus.br/revista/numero4/artigo2.htm>>.