




A RESPONSABILIDADE CIVIL DO FRANQUEADOR À LUZ DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

 <https://doi.org/10.56238/levv15n41-102>

Data de submissão: 29/09/2024

Data de publicação: 29/10/2024

Juliano Siqueira de Oliveira

Mestre em Direito Empresarial pelo UNICURITIBA – Centro Universitário Curitiba
Pós-graduado em Direito Civil e Empresarial pela PUC/PR
Bacharel em Direito pela Universidade Tuiuti do Paraná

Gabriel Rizzon Teixeira Lopes

Mestrando em Direito pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)
Pós-graduado pela Fundação Getulio Vargas – FGV LAW SP (2021)
Bacharel em Direito pelo Centro Universitário UNICURITIBA (2019)
Membro pesquisador discente do Grupo de Pesquisa CNPq “Teoria e prática do direito privado contemporâneo”
SITE: dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/0203115420872092
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-8035-5909>

Omar Fauaz

Pós-graduado em Direito Civil e Empresarial pela PUC/PR
Pós-graduado em Direito Processual Civil pelo Instituto Romeu Felipe Bacellar
Bacharel em Direito pelo UNICURITIBA – Centro Universitário Curitiba
Graduando em Ciências Contábeis pela FAE Centro Universitário
LATTES: <http://lattes.cnpq.br/3412452520582894>

RESUMO

O trabalho possui o objetivo de verificar os efeitos da coligação contratual especificamente quanto ao contrato de franqueador e suas consequências em caso de descumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados. Para tanto, utiliza-se o método dedutivo, valendo-se de técnicas de pesquisa relativas à documentação indireta. No texto, verifica-se os elementos do contrato de franquia e o efeito da coligação contratual neste tipo de negócio jurídico. A partir disso, o trabalho aborda dos deveres laterais aos contratos e, conseqüentemente, se há a possibilidade de se imputar ao franqueador, o descumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados pelo franqueado.

Palavras-chave: Franquia. Coligação Contratual. Proteção de Dados. Responsabilidade Civil.

1 INTRODUÇÃO

Os membros de uma sociedade, desde do seu início, precisaram se relacionar diariamente. Nos primórdios, a figura da permuta – não a tipificada no Código Civil – já era existente. Pessoas trocavam alimentos, produtos e insumos entre si. Com a evolução humana, ao passar do tempo, as relações entre elas tornaram-se cada vez mais complexas.

Atualmente, o ordenamento jurídico brasileiro conta com algumas figuras jurídicas para a regulamentação destas relações, concedendo a devida segurança para as partes envolvidas. É o caso, por exemplo, do contrato.

A clássica figura acima é derivada de um determinado negócio jurídico, que, por sua vez, integra a categoria dos fatos jurídicos (TEPEDINO, 2007). Estes se entendem como “o acontecimento humano ou natural, capaz de produzir efeitos jurídicos, provocando o nascimento, a modificação ou a extinção de relações jurídicas e dos direitos a ela inerentes”. (TEPEDINO, 2007, p. 211)

Com efeito, a complexidade das relações jurídicas havidas em sociedade fez com que outras figuras nascessem. A insuficiência dos institutos jurídicos até então existentes, inclusive de figuras relacionadas ao direito societário, deu azo à criação de estruturas mais complexas, tais como os contratos coligados.

Assim, diante desta evolução social, “passou-se a observar não só o fenômeno da combinação de prestações e elementos contratuais diversos num único contrato, dito atípico, como também a celebração de dois ou mais contratos unidos por um vínculo, contratos esses referidos pela doutrina pátria, em sua maior parte, como contratos coligados” (ENEI, 2003, p. 112).

Parte deste fenômeno são aqueles contratos destinados à distribuição de determinado produto ou serviço. Como alertado por Walfrido Jorge Warde Jr., nos dias atuais, não basta apenas produzir, o empresariado necessita vender (WADE JR., 2008).

Tendo em vista que a atividade de distribuição de produtos (*lato sensu*) é complexa e específica, muitas das vezes o fabricante de um determinado produto ou ofertante de um certo serviço não possui a expertise, o *know how*, para a concretização de seu fim social, que é a venda da mercadoria em questão.

Do mesmo modo, o distribuidor não possui o segredo industrial, a estrutura ou mesmo a marca do fabricante para que, sem ele, atinja os seus objetivos. A partir de então nasce uma relação simbiótica entre as empresas que “entretêm, por cento, clara e essencial relação de dependência, que se faz acentuar pela grande quantidade de fabricantes que não distribuem e de distribuidores que não fabricam” (WADE JR., 2008, p. 271).

Os contratos de franquia enquadram-se na categoria de contratos de distribuição, bem como na sistemática da economia de mercado moderna. Consequência da relação de dependência entre o

franqueado e franqueador, o negócio jurídico que a seguir será abordado é considerado como um verdadeiro contrato coligado.

E, em razão das consequências da coligação contratual, sobretudo no âmbito da responsabilização civil dos contratantes, tornaram-se objeto de grande preocupação, ainda mais quando se está diante da sociedade dos dados e a recente promulgação da Lei nº 13.853/2019, a denominada Lei Geral de Proteção de Dados.

O regime de proteção e cuidados que as pessoas jurídicas necessitam ao tratar dados pessoais chamou a atenção dos estudiosos do direito. Dessa maneira, necessária a definição e quiçá a limitação da responsabilização civil por vazamentos de dados pessoais no âmbito dos contratos de franquia.

Perfazendo a definição do referido instituto jurídico e as espécies de coligação, o presente trabalho abordará o dever de diligência e fiscalização que os contratantes possuem entre si, para, então, definir se haverá ou não o dever de indenizar por parte do franqueador em razão do vazamento de dados procedido pelo franqueado no âmbito das relações jurídica protegidas pelo regime instituído na Lei nº 13.709/2019.

2 CONTRATO DE FRANQUIA E COLIGAÇÃO CONTRATUAL

O contrato de franquia foi originalmente disciplinado pela Lei nº 9.855, de 15 de dezembro de 1994. Em que pese esta norma jurídica tenha entrado em vigor apenas a partir da metade da década de 90, o modelo de negócio de franquia possui traços no Brasil desde os anos de 1910, de iniciativa de um fabricante de calçados Arthur de Almeida Sampaio, que determinou que alguns de seus representantes comerciais realizassem instalações de lojas a serem identificadas como a marca *Calçados Stella* (SILVA, 2011).

Posteriormente, nos anos de 1970, a franchising passou a desenvolver-se sistematicamente, em razão do surgimento de grandes redes empresariais, tal como, em Curitiba, *O Boticário* (SILVA, 2011)..

Como é possível notar a partir da análise do fenômeno acima mencionado, o legislador buscou editar uma lei específica acerca do contrato de franquia como medida de concessão de segurança jurídica aos contratantes.

Em um claro movimento de acompanhar as relações econômicas da sociedade, bem como em razão da existência de um modelo prévio de negócio, a legislação brasileira não buscou regulamentar o conteúdo de um contrato de franquia, mas tão somente os deveres impostos aos contratantes, principalmente a informação e transparência da relação, concedendo maior liberdade aos contratantes, de modo que o contrato de franquia não é considerado como típico, prevalecendo, assim, a manifestação de vontade das partes (COELHO, 2016).

Vinte e nove anos após a edição do diploma legal supramencionado, em sua substituição, foi promulgada a recente Lei nº 13.966/2019, a qual não alterou substancialmente o seu regime jurídico,

principalmente no que diz respeito à sistemática utilizada pela norma anterior, mas tão somente trouxe sutis mudanças.

Como de praxe, a definição do negócio jurídico ficou a cargo do primeiro artigo da nova Lei, que prevê que o sistema de franquia empresarial é aquele modelo de negócio pelo qual:

um franqueador autoriza por meio de contrato um franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva ou não exclusiva de produtos ou serviços e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento.¹

Trata-se, portanto, de conjugação de dois tipos contratuais: “de um lado, a licença de uso de marca, e, de outro, a prestação de serviços de organização de empresa” (COELHO, 2016, p. 159).

A relação de interdependência dos contratantes, principalmente por parte do franqueado, é a marca tônica da coligação contratual no âmbito da franquia. A complexidade das relações econômicas e sociais demandam a celebração de contratos que estão interligados (ENEI, 2003) e que possuem um nexos causal e sistemático que os une, tendo em vista a insuficiência do modelo típico de contrato único – ou mesmo das próprias formas societárias disponíveis.

Este “elo”, como bem ressaltado por José Virgílio Lopes Enei, apoiado em Rodrigo Xavier Leonardo, demonstra uma “coordenação sistemática de contratos, diferenciados estruturalmente, porém interligados por um articulado e estável nexos econômico, funcional e sistemático” (ENEI, 2003, p. 113).

Os contratos de distribuição em geral, aqui incluída a *franchising*, são coligados em razão da natureza do seu vínculo; isto é, possuem coligação horizontal, que se verifica na hipótese em que “todos os contratos estiverem em pé de igualdade, ainda que produzam efeitos em momentos distintos da cadeia da operação (ex.: cadeia de distribuição de produtos)” (ENEI, 2003, p. 117).

O reconhecimento dos efeitos da coligação nos contratos de distribuição, que formam verdadeiras Redes Contratuais², é a existência das próprias normas protetivas do Direito do Consumidor.

Como exemplo do resultado da coligação contratual, que adiante será devidamente abordado, pode-se citar o art. 12 do Código de Defesa do Consumidor, o qual é bem claro ao determinar que toda

¹ BRASIL. Planalto. Lei nº 13.966/2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13966.htm. Acesso em 22 jun 2021.

² NDO: Expressão adotada por Rodrigo Xavier Leonardo.

a cadeia produtiva ou, no caso, a rede contratual, é responsável pelos danos causados à parte hipossuficiente da relação jurídica consumerista.

Portanto, é em razão da coligação dos contratos de franquia que os efeitos contratuais não mais podem ser encarados à luz do princípio da relatividade do contrato, na medida em que a responsabilidade dos contratantes não está adstrita àquelas obrigações constantes dos instrumentos particulares por elas assinados (ENEI, 2003).

Isto também decorre da própria imposição de deveres laterais às partes contratantes, como a função social do contrato e a boa-fé objetiva.

Daí a importância de identificar a coligação contratual existente para, posteriormente, limitar as obrigações e responsabilidade advindas não apenas das cláusulas contratuais previstas no instrumento particular, mas também daquelas consideradas acessórias e laterais impostas pelos efeitos produzidos em face de terceiros, como adiante será abordado.

3 OBRIGAÇÕES LATERAIS NO CONTRATO DE FRANQUIA: FUNÇÃO SOCIAL, BOA-FÉ OBJETIVA E DEVER DE FISCALIZAÇÃO QUANTO À PROTEÇÃO DE DADOS

O Título IV do Código Civil, destinado a regular os Contratos em Geral, inicia-se com a existência de duas cláusulas gerais e abertas: a função social do contrato e a boa-fé objetiva.

Com isso, o disposto no art. 421 do Código Civil, com a redação dada pela Lei nº 13.874/2019, é claro ao determinar que a “liberdade contratual será exercida nos limites da função social do contrato”³. Indo adiante, a norma civil determina que “os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios da probidade e boa-fé”⁴.

Referidos princípios, advindos, em parte, da constitucionalização do Direito Civil (principalmente em razão do art. 3º, inciso III da Constituição Federal) e sob influência da doutrina alemã, lamentavelmente, passaram a ser utilizados como argumentos periféricos e acessórios nas disputas judiciais, retirando-lhes o valor originalmente concebido.

Como bem destaca Judith Martins-Costa “é preciso remover antigos preconceitos, percorrer trilhas recobertas por incertezas e ensaiar novas respostas para velhas dúvidas, pois tão inútil quanto apenas proclamar a importância do princípio é repetir sonoras platitudes” (MARTINS-COSTA, 2005, p. 42).

Dessa maneira, a Função Social do contrato deve ser analisada sob a sua perspectiva funcional e estrutural, a fazer com que este princípio esteja intrinsecamente ligado à liberdade de contratar, atuando ao mesmo tempo como verdadeiro limite e fundamento desta liberdade (MARTINS-COSTA, 2005)

³ BRASIL. Planalto. Código Civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em 07 out. 2021.

⁴ Idem.

Márcia Carla Pereira Ribeiro, amparada em Fábio Konder Comparato, define função social como “um poder de vincular um objeto ou um direito a certo objetivo, previsto pela ordem jurídica, que esteja relacionado ao interesse coletivo e não àquele próprio das partes” (RIBEIRO, 2009).

É a partir desta premissa é que se pode concluir que a função social está ligada ao limite da liberdade contratual. Não podem os contratantes fecharem os olhos para os efeitos decorrentes do negócio jurídico firmado, partindo da (ultrapassada) premissa de que o “papel aceita tudo”.

Nos dias atuais, como bem destaca Judith Martins-Costa, não se trata de uma “liberdade consentida”, nem de uma liberdade exercida no vazio, mas de uma liberdade situada, a liberdade que se exerce na vida comunitária, isto é, o lugar onde imperam as leis civis” (MARTINS-COSTA, 2005, p. 43).

E, como uma cláusula geral e aberta, para se chegar a uma definição do que seria a função social do contrato e a liberdade exercida em razão dela, é necessário adentrar ao contexto ao qual referida função está inserida. Significa dizer que o contorno sociocultural de determinada sociedade é que concederá os parâmetros corretos para a aplicação do princípio aqui debatido.

A liberdade de contratual, portanto, deve ser exercida com base nas finalidades previstas na Constituição Federal. Isto é: a função social do contrato deve sempre ter como balizas os princípios fundamentais da República Brasileira, dispostos não apenas no art. 1º da Carta Magna, mas também no próprio preâmbulo da Constituição Federal.

Não é por menos que esta quebra de paradigma da autonomia da vontade das partes implica “dizer que o contrato deve atender (causa final concreta ou finalidade concreta) às exigências do ordenamento jurídico e estar de acordo com os valores básicos da Constituição Federal, de modo especial a dignidade da pessoa humana (artigo 1º, inciso III) e o solidarismo (artigos 3º, I, e 170, “caput”)(BACARIM e MAFFEIS, 2013, p. 123).

Verifica-se, conseqüentemente, um alargamento da ideia de responsabilidade dos contratantes, a qual está ligada tanto ao tratamento interpartes como aqueles sujeitos indeterminados não participantes do negócio jurídico.

Esta afeição toma ainda mais corpo quando se é combinado com a função social da empresa. Referido princípio é:

o principal norteador da ‘regulamentação externa’ dos interesses envolvidos pela grande empresa (...) é da convicção da influência da grande empresa sobre o meio em que atua que deriva o reconhecimento da necessidade de impor obrigações positivas à empresa. Exatamente na imposição de deveres positivos está o seu traço característico, a distingui-lo do princípio geral *neminem laedere*. Aí está a concepção social intervencionista, de influência reequilibradora de relações sociais desiguais (SALOMÃO, 2002)

A partir disso é possível perceber que existem verdadeiros deveres positivos e negativos impostos aos contratantes em razão da função social do contrato e da empresa, ainda mais quando se está diante de um contrato de *franchising* em que ambos encontram-se presentes.

É neste contexto que se insere a necessária observância das obrigações impostas pela Lei nº 13.709/2018, denominada Lei Geral de Proteção de Dados, e a responsabilização pela sua violação a ambos os contratantes do contrato de Franquia, ainda que o ilícito seja cometido por apenas uma das partes.

Na era *Big Data* a proteção à privacidade e aos dados pessoais elevou-se à categoria de Direitos Fundamentais, uma vez que se encontra intrinsecamente ligada à dignidade da pessoa humana, principalmente por ser um fator decisório para a autodeterminação da pessoa.

Como assevera Ana Frazão:

Logo, seja em razão do amplo alcance da LGPD, seja em razão da sua preocupação com a tutela das situações existenciais dos titulares de dados, pode-se dizer que foi acolhida concepção convergentes com a daqueles que, a exemplo de Rodotá, sustentam que a proteção de dados consiste corresponde a verdadeiro direito fundamental autônomo, expressão da liberdade e da dignidade humana, que está intrinsecamente relacionada à impossibilidade de transformar os indivíduos em objeto de vigilância constante (FRAZÃO, 2019, p. 103)

O revestimento da privacidade e da proteção aos dados pessoais como direitos fundamentais possui como tônica o poder de autodeterminação da pessoa humana em conceder ou não o seu consentimento para o tratamento de seus dados, bem como a necessária consideração e proteção dos direitos fundamentais anteriormente mencionados (liberdade e dignidade humana) (FRAZÃO, 2019).

E isso encontra-se presente nos próprios objetivos da Lei Geral de Proteção de Dados que, em seu art. 1º, determina como sua finalidade a proteção dos “direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural”⁵.

Com efeito, a Lei nº 13.709/2018 possui como fundamentos expressamente elencados (art. 2º, incisos I, II e VII): o respeito à privacidade, a autodeterminação informativa, os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade da pessoa humana e o próprio exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

Resta claro que o atual contexto que a sociedade brasileira – e mundial – se insere aponta para a necessária proteção dos dados pessoais das pessoas naturais. Com isso, a função social do contrato e da empresa devem ser encaradas e interpretadas para este fim, o que cria deveres positivos e negativos entre os contratantes a fim de respeitar os ditames impostos pela Lei Geral de Proteção de Dados.

⁵ BRASIL. Planalto. Lei Geral de Proteção de Dados. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em 26 out 2021

Em razão disso, no contrato de franquia, em que há uma nítida subordinação do franqueado em relação ao franqueador e uma ingerência por este último na atividade do primeiro, é possível concluir pela existência de um dever positivo de fiscalização do cumprimento das obrigações legais contidas na Lei nº 13.709/2018, que se não observado, poderá culminar na responsabilização do franqueador em caso de vazamento de dados pessoais pelo franqueado, principalmente quando se está diante de uma coligação contratual tão presente neste contrato de distribuição de produtos.

Tal perspectiva é reforçada quando analisada em conjunto com a boa-fé objetiva dos contratantes. Em seu viés hermenêutico e integrativo, a boa-fé objetiva, produtora de deveres anexos ao negócio jurídico, “está amarrada à concreta função econômico-social do contrato” (MARTINS-COSTA, 2008, p. 406).

Note-se que o dever de colaboração para a consecução da finalidade do negócio não se refere apenas ao seu fim econômico, ou seja, para a circulação de riquezas, mas também ao propósito social do contrato, já abordado anteriormente.

É a partir dos efeitos da coligação contratual, da função social do contrato e da boa-fé objetiva que se vislumbra um verdadeiro dever de fiscalização do franqueador sobre o franqueado.

Referida obrigação pode ser mais ou menos presente a depender do grau de subordinação, dependência e ingerência do contratado sob a atividade do contratante (no caso o franqueador e franqueado).

A dependência econômica de um dos contratantes já é de conhecimento da doutrina especializada. Como assevera Paula A. Forgioni “alguns contratos têm a situação de dependência econômica como apanágio típico, sendo impossível à parte ignorá-la no momento da vinculação” (FORGIONI, 2018, p. 169).

Em semelhante sentido, William Eustaquio de Carvalho afirma que a dependência pode ocorrer em razão de uma marca ou mesmo do *Know How* do contratado (CARVALHO, 2018, p. 160).

Referida característica é ainda mais acentuada no contrato de franchising, principalmente por este envolver, necessariamente, a transferência de *Know How* do franqueador ao franqueado no *Businnes Format Franchising*.

Neste modelo de negócio além da subordinação do franqueado e a intervenção na atividade pelo franqueador, “após o início das operações da unidade franqueada até a extinção do contrato, o franqueador deverá cuidar e fiscalizar para que o franqueado receba um suporte contínuo para conduzir o seu negócio com sucesso” (SILVA e TUSA, 2011, p. 90) , inclusive subsídios para o cumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados, sobretudo porque o contrato de franquia pressupõe uma réplica da operação econômica do franqueador, que também deverá respeitar os ditames da Lei nº 13.709/2020.

Assim, como mencionado:

O monitoramento periódico do estabelecimento franqueado é um instrumento indispensável para que o franqueador acompanhe o desenvolvimento da sua operação, podendo inclusive identificar falhas na gestão e administração do negócio.

(...)

Cumpra ao franqueador a busca contínua pelo aprimoramento do seu know-how e sua tecnologia. É Martin Mendelsohn quem explica a importância da introdução de novos métodos e ideias para aperfeiçoamento do negócio e, conseqüentemente, da rede como um todo. Assim, diz ele “o franqueador deve ter meios de pesquisa e desenvolvimento em relação aos produtos, aos serviços, ao sistema e à imagem de mercado projetada (SILVA e TUSA, 2011, p. 90)

Portanto, nos contratos de franquia, em razão das suas particularidades (no que se refere à subordinação, ingerência e dependência entre os contratantes), da sua função social e da boa-fé objetiva em sua atribuição hermenêutica e integrativa, é possível concluir por um verdadeiro dever anexo ao contrato de fiscalização da atividade do franqueado, aqui inserido o cumprimento das obrigações legais previstas na Lei Geral de Proteção de Dados, sobretudo quando se trata de um contrato que instrumentaliza um negócio formatado (inclusive porque o franqueador poderá exigir parâmetros mínimos de segurança de proteção de dados através da própria COF, ou seja, que em primeiro lugar este cuidado seja um pressuposto para a contratação).

4 CONCLUSÃO

Há tempos as formas associativas se limitaram aos contratos de natureza societária. Com o passar dos anos, as relações sociais e econômicas tonaram-se cada vez mais complexas, demonstrando uma verdadeira insuficiência das formas societárias para o escoamento de produtos.

Foi diante deste contexto que os contratos de distribuição passaram a se disseminar no mercado. Com o contrato de franquia não foi diferente. Originalmente disciplinado pela Lei nº 9.855/94 e atualmente pela Lei nº 13.966/2019, a *franchising* não é considerado um contrato típico, tendo a sua definição exposta no art. 1º do referido diploma legal, sendo a conjugação de dois tipos contratuais (licença de uso de marca e prestação de serviços de organização de empresa).

Os contratos de distribuição em geral, aqui incluída a franquia, são coligados em razão da natureza do seu vínculo (coligação horizontal). O reconhecimento desta coligação contratual produz impactos relevantes nas obrigações dos contratantes e em suas responsabilidades, inclusive na relação com terceiros alheios ao negócio jurídico, tal como, por exemplo, os seus consumidores.

A partir desta premissa, a função social do contrato e da empresa, alinhado à boa-fé objetiva em sua função integrativa e hermenêutica, cria verdadeiros deveres positivos e negativos aos contratantes, que são anexos e laterais ao instrumento particular firmado.

Por depender do contexto socioeconômico o qual a sociedade está inserida, a função social do contrato e da empresa poderá variar de acordo com a época vivenciada. Na era do *Big Data*, a proteção



à privacidade e aos dados pessoais elevou-se à categoria de Direitos Fundamentais e, portanto, integrante da função social do contrato e da empresa.

Com isso, há a criação de uma obrigação positiva determinando o respeito da Lei Geral de Proteção de Dados. No entanto, não tão somente ao contratante em si, mas da contraparte também. Verifica-se, assim, que a boa-fé objetiva, em sua função integrativa, impõe o dever de cooperação entre os contratantes para o cumprimento da finalidade não apenas econômica do contrato, mas também da sua função social.

Esta característica encontra-se ainda mais presente no contrato de *franchising*, em que há uma clara subordinação e dependência do franqueado, bem como uma grande ingerência do franqueador na atividade do contratante, possibilitando a exigência de parâmetros mínimos para proteção de dados antes mesmo da instrumentalização do negócio, mediante obrigação previamente listada na Circular de Oferta de Franquia (COF).

Por fim, diante das particularidades deste negócio jurídico, em que há a necessária transferência de *Know How* entre as empresas e uma verdadeira formatação de um negócio de – relativo – sucesso é obrigação do franqueador cuidar e fiscalizar as atividades desempenhadas pelo franqueado, incluindo, aqui, o cumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados.

Portanto, havendo este dever positivo de fiscalização imposto ao franqueador, a sua não observância poderá acarretar a sua responsabilização civil em caso de vazamento dados por uma conduta (ativa ou passiva) do seu franqueado.



REFERÊNCIAS

- BRASIL. Planalto. Código Civil. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm
- BRASIL. Planalto. Lei Geral de Proteção de Dados. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm
- BRASIL. Planalto. Lei nº 13.966/2019. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13966.htm
- CARVALHO, William Eustaquio de. Contratos empresariais de colaboração: a proteção ao contratante economicamente dependente. William Eustaquio de Carvalho. Curitiba: Juruá, 2018
- COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial, volume 1: direito de empresa. Fábio Ulhoa Coelho. 17. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais
- ENEI, José Vírgilio Lopes. Contratos Coligados. Revista de direito mercantil, industrial, econômico e financeiro, vol. 132, outubro-dezembro de 2003.
- Flavio Lucas de Menezes Silva e Gabriele Tusa. Contrato de Franquia Empresarial: A Instrumentalização de um Negócio Formatado. *In.* Série GVLAW. Contratos de Organização da Atividade Econômica. Coord. Wanderley Fernandes. Editora Saraiva.
- FRAZÃO, Ana. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no direito brasileiro. Ana Frazão, Gustavo Tepedino, Milena Donato Oliva coordenação. 1. Ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil.
- FORGIONI, Paula A. Contratos empresariais: teoria geral e aplicação. Paula A. Forgioni: prefácio Natalino Irti. 3. Ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018.
- MARTINS-COSTA, Judith. Reflexões sobre o princípio da função social dos contratos. Revista Direito GV 1. v. 1. n. 1. p. 041-066. Maio 2005. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revdireitogv/article/view/35261/34057>
- MARTINS-COSTA, Judith. Os Campos Normativos da Boa-fé Objetiva – As Três perspectivas do Direito Privado. *In.* Princípios do Novo Código Civil Brasileiro e Outros Temas: Homenagem a Tullio Ascarelli. Coord Antonio Junqueira de Azevedo, Heleno Taveira Tôrres e Paolo Carbone. Editora Quartier Latin. São Paulo: 2008
- Maria Cristina de Almeida Bacarim e Marta Rodrigues Maffeis. *In.*: TOLEDO, Armando Sérgio Prado de (Coord.). Negócio Jurídico. São Paulo: Quartier Latin, 2013
- RIBEIRO, Maria Carla Pereira. Teoria geral dos contratos: contratos empresariais e análise econômica. Marcia Carla Ribeiro, Irineu Galeski Junior. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009
- SALOMÃO FILHO, Calixto. Sociedade Anônima: interesse público e privado. Revista de Direito Mercantil, v. 127, p.7-20, jul.-set. 2002.
- SILVA, Flavio Lucas de Menezes; TUSA, Gabriele. Contrato de Franquia Empresarial: a instrumentalização de um negócio formatado. *In.*: Wanderley Fernandes. (Org.). Contratos de Organização da Atividade Econômica. São Paulo: Saraiva, 2011



TEPEDINO, Gustavo. Código Civil interpretado conforme a Constituição da República. 2. ed. revista e atualizada. Gustavo Tepedino, Heloisa Helena Barboza, Maria Celina Bodin de Moraes. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

WADE JR., Walfrido Jorge. Os contratos e a insuficiência das formas societárias de organização da empresa econômica. Revistas do Instituto dos Advogados de São Paulo, nova série, ano 11, n. 22, julho/dezembro, 2008