

A GLOBALIZAÇÃO E ALGUNS DOS SEUS EFEITOS NAS RELAÇÕES JURÍDICAS EM PORTUGAL¹

GLOBALIZATION AND SOME OF ITS EFFECTS ON THE LEGAL RELATIONSHIPS IN PORTUGAL

Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes²

Susana Isabel Pinto Ferreira dos Santos Gil³

RESUMO. Neste texto, procura-se dar conta de alguns efeitos jurídicos que nasceram em consequência do fenómeno denominado de “globalização”. As duas realidades globalizantes escolhidas foram o teletrabalho no âmbito das relações laborais e o contrato de franchising, nas relações comerciais. Atende-se à história e conceito de cada uma das realidades jurídicas, às respectivas vantagens e desvantagens e o enquadramento legal no ordenamento jurídico interno. Apresenta-se ainda uma enumeração exemplificativa de outros efeitos da globalização na vida quotidiana da justiça portuguesa, aproveitando as novas tecnologias de comunicação e a actual era de informação.

PALAVRAS-CHAVE. Globalização, Teletrabalho e Contrato de Franchising.

ABSTRACT. This work seeks to explain some legal effects as a result of the phenomenon called "globalization." The two globalizing realities chosen are teleworking in labour relations and the franchise contract in trading. Consideration shall be given to the history and concept of each of the legal realities, their advantages and disadvantages and legal framework in Portuguese law. It also presents an illustrative list of other effects of globalization on the everyday life of Portuguese justice, taking advantage of new communication technologies and the current information era.

¹ Artigo recebido em 31 de outubro de 2010 e aceito em 06 de novembro de 2011.

² Professora Assistente de Direito da Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo do Instituto Politécnico de Bragança, Portugal. rute@ipb.pt

³ Professora Assistente de Direito da Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo do Instituto Politécnico de Bragança, Portugal. susanafs@ipb.pt

KEYWORDS. Globalization, Teleworking and Franchising.

SUMÁRIO. Introdução. 1. O TELETRABALHO. 1.1 História e Conceito. 1.2 Vantagens e Desvantagens. 1.3 Enquadramento Legal. 2. O CONTRATO DE FRANCHISING. 2.1 História e Conceito. 2.2 Vantagens e Desvantagens. 2.3 Enquadramento Legal. 3. Outros efeitos jurídicos. CONSIDERAÇÕES FINAIS. Referências.

Globalização: “Macroescala de observação por excelência”! José Madureira Pinto

INTRODUÇÃO

De uma forma simplista, sabemos que a Sociologia tem a difícil tarefa de tentar compreender e explicar os fenômenos sociais. Acontece que os fenômenos sociais transformam-se, modificam-se, alteram-se de forma tão célere, que aquela tarefa torna-se ainda mais árdua. Karl Marx, em pleno século XIX, referindo-se a outra importante ciência social, entendia que “os filósofos limitaram-se a interpretar o mundo de diversas maneiras; o que importa é modificá-lo”. Para o modificar é necessário, em primeiro lugar, conhecê-lo.

Na realidade, a ciência e a tecnologia são a causa dos principais problemas da sociedade industrial, de acordo com Ulrich Beck, o criador da “Sociedade de Risco”. Esta sociedade de risco terá correspondência com a “modernidade tardia” de Anthony Giddens, que é uma “ordem pós-tradicional”; com a “modernidade ambivalente” de Zygmunt Bauman, existindo muitas outras designações, tais como a “sociedade de informação”, a “aldeia global”, a “sociedade de consumo”, a “sociedade da incerteza”... Que tipo de sociedade é esta? O que a caracteriza? Não conseguimos dar uma resposta, mas certo é que nesta sociedade das novas tecnologias impera um fenômeno apelidado de “Globalização”, que muitos tentam definir e aclarar, mas que ninguém poderá ignorar⁴.

O sociólogo inglês, Anthony Giddens, reflecte sobre “o local, o global e as transformações do dia-a-dia”⁵, realçando que “o conceito de globalização pode ser melhor compreendido como exprimindo aspectos fundamentais de distanciação do espaço-tempo”. Está em causa o “entrelaçar de eventos sociais e relações sociais à “distância” com as contextualidades locais”. A globalização deverá ser entendida como “fenômeno dialéctico, no qual os eventos num dos pólos de uma relação distanciada muitas vezes produzem ocorrências divergentes ou mesmo contrárias no outro pólo” – a dialéctica do local e do global.

⁴ GIDDENS, Anthony . **O mundo na era da globalização**. Lisboa: Editorial Presença, 2000. p. 17.

⁵ GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade Pessoal**. Oeiras: Celta, 1994. p. 19.

A globalização e o desenvolvimento das sociedades modernas têm afectado, em grande escala, as relações jurídicas. Sem dúvida que estamos perante “uma revolução global na vida corrente, cujas consequências se estão a fazer sentir em todo o mundo, em todos os domínios, desde o local de trabalho à política”⁶. O crescimento das sociedades modernas afecta, de igual modo, a concepção das relações laborais e comerciais.

Dentre o universo das relações de trabalho, decidimos dar destaque a um conceito laboral globalizante: o teletrabalho. Por sua vez, no Direito Comercial, elegemos o contrato de *franchising*, como o contrato nascido com a globalização: a nosso ver, o exemplo paradigmático da descentralização deste fenómeno.

1. O TELETRABALHO

1.1 História e Conceito

A passagem do fordismo para a acumulação flexível trouxe novas tecnologias e novas formas organizacionais, nas palavras de David Harvey. Há quem entenda que “trabalhar é cada vez mais comunicar” e, na verdade, “a própria informação converte-se ela própria num produto”⁷. Os avanços tecnológicos e a crescente concorrência empresarial obrigaram a uma reorganização do trabalho, com o aparecimento de formas atípicas⁸. Novas soluções para novas exigências. Uma dessas novas apostas é o teletrabalho: uma verdadeira “novidade” social.

Numa economia global e em rede, perante o dilema da “sociedade do trabalho sem trabalho para todos”, o teletrabalho pode constituir um “passo significativo no âmbito do processo de globalização económica conduzida e impulsionada pelo desenvolvimento e inovação na área das tecnologias da informação e comunicação”⁹.

O conceito terá surgido nos anos 70, nos EUA, com Jack Nilles, considerado o pai do teletrabalho, no contexto da crise petrolífera e conseqüente necessidade de diminuir o consumo de combustíveis nas deslocações diárias, e os problemas de trânsito. No fundo, adaptando o provérbio popular, levar o trabalho ao trabalhador em vez do trabalhador ao trabalho, fenómeno designado de *telecommuting*, expressão ainda hoje muitas vezes utilizada para designar o teletrabalho.

⁶ GIDDENS, Anthony . **O mundo na era da globalização**. Lisboa: Editorial Presença, 2000. p. 24.

⁷ REDINHA, Maria Regina. O Teletrabalho. **Questões Laborais**, Coimbra, ano 8, n. 17, p.88, 2001.

⁸ LENCASTRE, José Garcez et al. **O Teletrabalho em Portugal**. Fundetec/IEFP: Instituto de Emprego e Formação Profissional., Estudos 29, 2000. p. 21.

⁹ Idem, idem, p. 53.

Nos EUA, o fenómeno do teletrabalho conheceu um entusiasmo inicial, ao qual se seguiu, porém, um certo esmorecimento, pelo que “a difusão do teletrabalho tem vindo a ser mais evolucionária do que revolucionária”¹⁰.

Na Europa, após uma primeira fase de “resistência” ao teletrabalho, conotado negativamente como trabalho não especializado e mal pago e forma de exploração salarial dos trabalhadores, começou a sentir-se uma maior adesão a partir de meados da década de 90. Os motivos apontados para esta mudança de comportamento relacionam-se com os avanços tecnológicos e da informação, a crescente competitividade no mercado e os problemas de trânsito e poluição¹¹.

Teletrabalho será, então, o trabalho desenvolvido fora das instalações da entidade empregadora, através do recurso a tecnologias de informação e de comunicação (telefone, telex, fax, telemóvel, videoconferência, teletexto, videotexto, internet, correio electrónico). Nas palavras de Jack Nilles¹², baseia-se na “descentralização física acompanhada por uma centralização da informação.” Na verdade, o Livro Verde da Sociedade da Informação em Portugal acrescenta que “as telecomunicações e as tecnologias da informação constituirão cada vez mais ferramentas indispensáveis no desempenho do trabalho remoto, quebrando barreiras geográficas e permitindo a partilha de informação num ambiente electrónico disperso.”¹³

De forma breve, são três as dimensões essenciais do teletrabalho¹⁴: *distância* – o trabalhador encontra-se num ponto geograficamente distinto daquele onde o trabalho é realizado ou entregue; *tecnologia* – recurso a meios informáticos e de telecomunicação para suporte e/ou entrega do teletrabalho; *estruturação* – as condições laborais devem ser reguladas por um acordo entre os intervenientes.

O Teletrabalho pode assumir uma das seguintes modalidades:

- *Domiciliário*: quer seja de forma integral, ocasional ou alternada, é em casa que muitos teletrabalhadores realizam o seu trabalho;

- *Em Telecentro*: como forma de contornar o isolamento característico do teletrabalho domiciliário, surgiu na Suécia o “telecottage”, o primeiro de muitos centros de trabalho ou telecentros. São espaços próprios para o desenvolvimento de actividades em teletrabalho, dispendo de todo o equipamento e tecnologias necessárias. Estes telecentros podem ser para utilização exclusiva de trabalhadores de uma mesma empresa (“centros-satélite”), de um conjunto de diferentes empregadores em parceria (“centros locais”) ou para partilha por teletrabalhadores ou prestadores de serviços por conta própria, numa mesma zona geográfica (“centros comunitários”);

¹⁰ KORTE, KORDEY e ROBINSON, citados por FIOLEAIS, Rui. **Sobre as Implicações Jurídico-Laborais do Teletrabalho subordinado em Portugal**. Ministério do Trabalho: Instituto de Emprego e Formação Profissional, Coleção Leis e Sociedade-2, 1998. p.110.

¹¹ NILLES, Jack, citado por LENCASTRE, José Garcez et al. **O Teletrabalho em Portugal**. Fundetec/IEFP: Instituto de Emprego e Formação Profissional., Estudos 29, 2000. p. 34

¹² Entrevista disponível em <<http://www.janelanaweb.com/reinv/nilles7.html>>. Acesso em: 21 outubro 2011.

¹³ LIVRO Verde para a Sociedade da Informação em Portugal. Missão para a Sociedade da Informação, 1997. p. 58

¹⁴ LENCASTRE, José Garcez et al. **O Teletrabalho em Portugal**. Fundetec/IEFP: Instituto de Emprego e Formação Profissional., Estudos 29, 2000. p. 24.

- *Móvel*: designa o teletrabalho realizado “na estrada”, isto é, de forma itinerante, com recurso a computador portátil e telemóvel, permitindo ao teletrabalhador aceder à empresa e/ou aos seus clientes sem limitações espaço-temporais, o que “é, provavelmente, a mais radical transformação do processo de trabalho”¹⁵;

- *Transfronteiriço*: também chamado teletrabalho “offshore” ou internacional, ao qual recorre um cada vez maior número de empresas pretendendo recrutar trabalhadores em países estrangeiros, seja por falta de trabalhadores qualificados a nível interno, seja por questões salariais e de conhecimento dos mercados.

Para além de todas aquelas em que o trabalho é, na sua essência, “tele”, são inúmeras as profissões e actividades que podem ser exercidas em regime de teletrabalho, pelo que apenas destacaremos as mais significativas e frequentes: tratamento de dados, programação informática, engenharia e análise de *software*, assistência técnica, consultoria, auditoria, planeamento financeiro, gestão administrativa, secretariado, contabilidade, processamento de texto, tradução, atendimento telefónico, ensino à distância, desenho e grafismo, realização de inquéritos e sondagens, televentas, *marketing* e publicidade.

1.2 Vantagens e Desvantagens

Apontam-se inúmeras vantagens e desvantagens a esta inovação social, em diferentes perspectivas: do ponto de vista do trabalhador, do empregador e da sociedade em geral.

Com a redução das deslocações quotidianas, aumenta o tempo útil do trabalhador, o que lhe permite uma maior disponibilidade para a família e o lazer, incluindo a assistência a filhos menores ou familiares doentes. Um dos maiores inconvenientes do teletrabalho é o isolamento, social e profissional, que atinge estes trabalhadores e a interferência constante do plano pessoal com o plano profissional.

Já do ponto de vista do empregador, o recurso ao teletrabalho permite a muitas empresas um recrutamento mais eficiente e qualificado, bem como a contratação da chamada mão-de-obra “periférica”. Na sequência da diminuição das necessidades de espaço nas instalações da empresa, e de uma melhor gestão dos recursos humanos, muitos custos fixos convertem-se em variáveis. Por outro lado, a principal barreira à implementação do teletrabalho continua a ser a resistência empresarial à mudança e à falta de controlo efectivo sobre os trabalhadores, bem como o elevado investimento inicial em equipamentos e serviços.

¹⁵ REDINHA, Maria Regina. O Teletrabalho. **Questões Laborais**, Coimbra, ano 8, n. 17, p.98, 2001.

Para a sociedade em geral, o teletrabalho permite a “descentralização” do trabalho para zonas menos centrais, revitalizando as “cidades-dormitório”, e, por outro lado, o descongestionamento das zonas urbanas, com diminuição da poluição. Enquanto instrumento de política social e de emprego, o teletrabalho permite a (re)integração profissional de cidadãos com capacidade de trabalho reduzida ou com deficiência, reformados, desempregados, pais com filhos menores, etc., com menos encargos sociais e maior satisfação pessoal. Como contraponto da re-ordenação territorial de que falamos, a menor necessidade de espaços empresariais tem efeitos negativos no mercado imobiliário. É ainda premente o risco de info-exclusão, ou seja, o domínio tecnológico será ainda mais determinante, num mercado interno e internacional cada vez mais concorrencial.

1.3 Enquadramento Legal

Durante muito tempo, o teletrabalho careceu de regulamentação legal na maioria das legislações estaduais, e Portugal não foi exceção. O Teletrabalho contendia com muitos dos normativos laborais vigentes, na medida em que o esquema legislativo está pensado para o trabalho com referência a um local fixo e determinado.

Foi com a Lei n.º 99/2003, de 27 de Agosto, que aprovou o Código do Trabalho, entretanto já revogado, que pela primeira vez o regime jurídico do teletrabalho teve consagração e disciplina legais: artigos 233.º a 243.º da referido diploma. Por sua vez, a Lei n.º 7/2009, de 12 de Fevereiro, que aprovou o novo Código do Trabalho regula esta realidade social nos seus artigos 165.º a 171.º, sem relevantes alterações face ao anterior regime.

2. O CONTRATO DE FRANCHISING

2.1 História e Conceito

Comprar roupas na *Benetton*, óculos de sol na *Multiópticas*; utilizar os serviços da lavanderia *5 à Séc*; saborear um café no *Il Caffè di Roma*; comer um hambúrguer da *MacDonald`s* ou uma pizza na *Pizza Hut* acompanhada de uma *Coca-Cola*, são condutas do dia-a-dia.

Não há dúvidas que estamos perante um megalómano fenómeno social: a internacionalização de empresas. Desta forma, as fronteiras ficam, cada vez mais, esbatidas. Bem diz Giddens que “a globalização tem algo a ver com a tese de que agora vivemos todos num único mundo”¹⁶. Os exemplos de *franchising* referidos têm a sua origem no Novo Mundo e no Velho Mundo. Hoje em dia, e correndo o risco de hiperbolizar, muitas cidades desses dois mundos já não se distinguem pelos serviços e produtos oferecidos. E o contrato de *franchising* ou franquias teve e tem um contributo primacial...

¹⁶ GIDDENS, Anthony. **O mundo na era da globalização**. Lisboa: Editorial Presença, 2000. p. 20.

Giddens entende que “muitas das expressões mais visíveis da globalização são americanas”¹⁷. E tem toda a razão! O contrato de franquia teve a sua origem nos Estados Unidos da América, na segunda metade do século XIX, com a Singer Sewing Machine Company. No final da Guerra da Secessão, com o objectivo de superar as dificuldades comerciais existentes entre os estados federados, concretamente no que respeita à distribuição de bens, aquela empresa decidiu instalar uma rede de distribuição de máquinas de costura, em regime de *franchising*. Não seria fácil para um empresário do norte do país expandir os seus negócios: para além da dificuldade em se mover geograficamente, não teria o capital suficiente¹⁸. Assim, os comerciantes do sul e oeste do país, investiram na compra de produtos já conhecidos pelos consumidores. No entanto, apenas nos anos 20 e 30 este sistema contagiou outras áreas, tais como o mercado automóvel, com a *General Motors* e o sector dos refrigerantes, com a Coca-Cola, na modalidade de *franchising* industrial ou de produção. A grande expansão do *franchising* deu-se após a II Grande Guerra, contagiando a área do *fast food* (com a *MacDonald`s* e a *Kentucky Fried Chicken*), bem como muitas outras áreas de produção e de serviços foram também contaminadas. O sucesso obtido foi tão grande, que vários franquidores norte americanos, por volta dos anos 50, decidiram alargar as suas redes ao mercado europeu. Só nos anos 80 é que se assistiu à celebração de contratos em que ambas as partes são europeias.

O contrato de franquia poderá ser definido como o “contrato pelo qual alguém (franquidor) autoriza e possibilita que outrem (franquiado), mediante contrapartidas, actue comercialmente (produzindo e/ou vendendo produtos ou serviços), de modo estável, com a fórmula do sucesso do primeiro (sinais distintivos, conhecimentos, assistência...) e surja aos olhos do público com a sua imagem empresarial, obrigando-se o segundo a actuar nestes termos, a respeitar as indicações que lhe forem sendo dadas e a aceitar o controlo e fiscalização a que for sujeito”.¹⁹

Existem três modalidades do contrato de *franchising*:

- *franquia de serviços*: “o franquiado oferece um serviço sob a insígnia, o nome comercial ou a marca do franquidor, conformando-se com as directrizes deste”²⁰;

- *franquia de produção ou industrial*: “o próprio franquiado fabrica, segundo as indicações do franquidor, produtos que ele vende sob a marca deste”²¹;

- *franquia de distribuição*: o franquiado limita-se a vender determinados produtos num estabelecimento que utiliza a insígnia do franquidor²².

¹⁷ Idem, idem, p. 26.

¹⁸ RIBEIRO, Maria de Fátima. **O Contrato de Franquia**, Coimbra; Almedina, 2001, p. 11 e ss.

¹⁹ MONTEIRO, António Pinto. **Contratos de Distribuição Comercial**. Coimbra: Almedina, 2002. p. 121.

²⁰ Idem, idem, p. 124. Temos como exemplos a MacDonald`s (restauração), a Avis e Hertz (locação de automóveis), a Império (comercialização de serviços de seguro); a 5 à Sec (lavandaria e limpeza a seco), *inter alia*.

²¹ Os exemplos mais conhecidos desta modalidade de franquia são a Coca-cola e a Pepsi.

2.2 Vantagens e Desvantagens

Um conjunto de vantagens, quer para o franquiador, quer para o franquiado, contribuiu para o sucesso do *franchising*. O franquiador chega a um mercado maior e com muito menos esforço em termos de investimento, do que se quisesse expandir o seu negócio por conta própria, ou seja, controla e gere, “através de empresas independentes”, a distribuição dos bens, como se se tratasse de uma filial, mas não suporta riscos, nem custos²³. Por sua vez, o franquiado tudo fará para que o negócio corra o melhor possível, uma vez que também procura o lucro e a eficiência, comercializando produtos e/ou serviços conhecidos pelos consumidores, sendo maiores as hipóteses de sucesso, em comparação com a criação de raiz de um negócio, já que utiliza a marca e outros sinais distintivos de uma empresa, que muitas e muitas vezes é conhecida a nível mundial.

A maior desvantagem será no caso da rede de *franchising* ter algum problema de imagem (quer seja da responsabilidade do franquiador ou do franquiado); por exemplo, na hipótese de uma intoxicação alimentar no *MacDonald`s*, serão também afectados todos os outros franquiados, embora se tratem de empresas independentes. Daí que se possa afirmar que, do ponto de vista jurídico, o *franchising* é uma consequência jurídico-social gigantesca do fenómeno que apelidam de globalização.

2.3 Enquadramento Legal

O contrato de franquia não está regulado na lei portuguesa e o mesmo acontece na generalidade dos ordenamentos jurídicos europeus. Estamos perante um contrato atípico, embora “pese a sua indiscutível tipicidade social”²⁴, que se desenvolve ao abrigo da liberdade contratual, nos termos do artigo 405.º do Código Civil Português. Isto não significa que o contrato esteja totalmente desprotegido, uma vez que será aplicável àquele:

- o *Regime Geral dos Contratos*, designadamente, o artigo 227.º do Código Civil (responsabilidade contratual), o artigo 280.º do mesmo diploma (possibilidade do objecto, não contrariedade à lei, à ordem pública e aos bons costumes), os artigos 334.º e 762.º, n.º 2 daquele Código (dever de agir de boa fé na execução do contrato);

- o *Regime das Cláusulas Contratuais Gerais*, caso o contrato em apreço seja um contrato de adesão, previsto no Decreto-Lei nº 446/85, de 25 de Outubro (com as modificações introduzidas pelo Decreto-Lei nº 220/95, de 31 de Agosto, pelo Decreto-Lei nº 249/99, de 7 de Julho e pelo Decreto-Lei nº 323/2001, de 17 de Dezembro)²⁵;

²² São muitos os exemplos desta modalidade: Pronuptia, Benetton, Tintoretto, Pré-maman, Levi`s, Silverfield, Boticário, etc.

²³ MONTEIRO, António Pinto. **Contratos de Distribuição Comercial**. Coimbra: Almedina, 2002. p. 120-121.

²⁴ MONTEIRO, António Pinto. **Contratos de Distribuição Comercial**. Coimbra: Almedina, 2002. p. 62.

²⁵ De acordo com PINTO MONTEIRO (idem, p. 63), é frequente os três grandes contratos de distribuição serem contratos de adesão, e especialmente, “quando se pretende uniformizar as condições contratuais e de actuação dos vários distribuidores no âmbito da rede” será esse “o *modus* negocial típico e adequado da formação destes contratos”.

- o *Regime Jurídico da Concorrência*, caso alguma cláusula do contrato não esteja conforme às normas constantes da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (alterada pelo Decreto-Lei n.º 219/2006, de 2 de Novembro, pelo Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de Janeiro e pela Lei n.º 52/2008, de 28 de Agosto);

- o *Código da Propriedade Industrial*, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 36/2003, de 5 de Março (alterado pelo Decreto-Lei n.º 318/2007, de 26 de Setembro, pelo Decreto-Lei n.º 360/2007, de 2 de Novembro, pela Lei n.º 16/2008, de 1 de Abril, pelo Decreto-Lei n.º 143/2008, de 25 de Julho e pela Lei n.º 52/2008, de 28 de Agosto), uma vez que o contrato de franquia implicará, muitas vezes, licenças de exploração de direitos industriais, nomeadamente no que diz respeito a marcas e patentes;

- por analogia, quando e na medida em que ela se verifique, o *Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho* (com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 118/93, de 13 de Abril, que transpõe a Directiva 86/653/CEE, do Conselho, de 18 de Dezembro de 1986), que regula o contrato de agência²⁶.

3. Outros efeitos jurídicos

Não é nossa pretensão enumerar os exemplos de possíveis efeitos jurídicos provenientes da globalização. Todavia, é certo que “o alcance das novas tecnologias de comunicação aumenta com cada vaga de inovações”²⁷ e o ordenamento jurídico português tem vários exemplos, recorrendo e aproveitando a era da informação e de redes em que vivemos.

Hoje é possível constituir e registar, por via electrónica, sociedades comerciais e civis sob a forma comercial, do tipo por quotas, unipessoal por quotas e anónimas - a empresa *online*; é possível solicitar *online* alguns actos de registo comercial, bem como registar *online* uma marca ou um logótipo; obter a protecção *online* de uma invenção - patente *online*; execução *online* que é obrigatória em muitos casos; o jornal oficial - diário da república - é electrónico e quase todos já se esqueceram dos diários da república em papel; a aplicação informática denominada de CITIUS, em que é possível a entrega de peças processuais e documentos nos tribunais judiciais por via electrónica, bem como a aplicação SITAF, para os tribunais administrativos e fiscais, *inter alia*...

CONSIDERAÇÕES FINAIS

²⁶ MONTEIRO, António Pinto. **Contratos de Distribuição Comercial**. Coimbra: Almedina, 2002. p. 64. O autor considera que é preciso averiguar caso a caso, se será possível recorrer à analogia, sendo necessário para tal, analisar a *ratio* da norma que queremos aplicar e ver se se adequa ou não à franquia (ou à concessão).

²⁷ GIDDENS, Anthony. **O mundo na era da globalização**. Lisboa: Editorial Presença, 2000. p. 23.

A globalização, objecto de reflexão de muitos autores, afecta o nosso quotidiano, inclusive a essência de algumas relações jurídicas. Na verdade, o crescimento das sociedades modernas desencadeia o aparecimento de novas figuras jurídicas. Incumbe ao Direito acompanhar essa evolução e adaptar-se às novas realidades sociais.

O Teletrabalho e o Contrato de Franchising são dois dos variados exemplos no vasto universo jurídico de fenómenos sociais globalizantes.

O teletrabalho tem as virtualidades e as desvirtualidades de tudo o que é jovem. E embora com uma expressão estatística embrionária no mundo laboral português, entendemos que é um fenómeno a não descurar a nível de enquadramento jurídico e implementação prática nas empresas nacionais.

O teletrabalho foi apenas objecto de regulamentação legal em 2003; estamos, deste modo, numa fase de desenvolvimento do teletrabalho como forma de prestação de actividade profissional, num processo que passa necessariamente por uma mudança de *mentalidades*. É preciso fazer ceder a “desconfiança” perante o que é “virtual”. O crescente interesse teórico despertado por esta temática não encontrou ainda eco na prática laboral portuguesa.

O Contrato de Franchising é um grandioso fenómeno social universal, que tem como principal consequência a internacionalização das empresas. Cria a ilusão de um mundo pequeno, esvanecendo as diferenças culturais entre os diferentes povos. E é uma realidade que aproxima os diferentes ordenamentos jurídicos.

É certo que o Direito tem que acompanhar a evolução social e disciplinar as relações merecedoras de tutela jurídica. Todavia, falar do contrato de franchising em Portugal é falar de um contrato atípico, uma vez que não há lei que discipline este fenómeno. É possível aplicar por analogia algumas das regras de um contrato semelhante, o contrato de agência, e realce-se o dever de boa fé contratual que deverá existir sempre na celebração dos contratos.

Como expressa Giddens, “a globalização está a reestruturar as nossas formas de viver”²⁸. Não temos quaisquer dúvidas...

REFERÊNCIAS

CORDEIRO, António Menezes. **Do Contrato de Franquia (“franchising”): autonomia privada versus tipicidade negocial**. Lisboa, Revista da Ordem dos Advogados, ano 48, 1988.

²⁸ GIDDENS, Anthony . **O mundo na era da globalização**. Lisboa: Editorial Presença, 2000. p. 17.

FIOLHAIS, Rui. **Sobre as Implicações Jurídico-Laborais do Teletrabalho subordinado em Portugal**. Ministério do Trabalho: Instituto de Emprego e Formação Profissional, Coleção Leis e Sociedade-2, 1998.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade Pessoal**. Oeiras: Celta, 1994.

GIDDENS, Anthony. **O mundo na era da globalização**. Lisboa: Editorial Presença, 2000.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

LENCASTRE, José Garcez de [et al]. **O Teletrabalho em Portugal**. Fundetec/IEFP: Instituto de Emprego e Formação Profissional., Estudos 29, 2000.

MARTINEZ, Pedro Romano. **Relações Empregador Empregado**. Direito da Sociedade da Informação, volume I. Coimbra, Coimbra Editora, 1999.

MONTEIRO, António Pinto. **Contratos de Distribuição Comercial**. Coimbra: Almedina, 2002.

PINTO, José Madureira. **Precarização e relações de sentido no espaço social do trabalho**. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, in Sociologia, vol. XVI, 2006.

REBELO, Glória. **Teletrabalho e Privacidade: Contributos e Desafios para o Direito do Trabalho**. Lisboa: RH Editora, 2004.

REDINHA, Maria Regina. **O Teletrabalho**. Coimbra: Coimbra Editora, in Questões Laborais, n.º 17, ano 8, 2001.

RIBEIRO, Maria de Fátima. **O Contrato de Franquia**. Coimbra; Almedina, 2001.

VASCONCELOS, Miguel Pestana. **O Contrato de Franquia (Franchising)**, Coimbra: Almedina, 2010.