Atualidades

OS CAMINHOS DA ÉTICA NO "FRANCHISING"
A importância de um Código de Ética

LUIZ FELIZARDO BARROSO

Prefácio. A livre concorrência. A auto-regulamentação. A importância da ética. A ética. A ética nos negócios. A ética na magistratura. A ética em serviços profissionais. A ética em finanças. A ética no turismo. A ética no "marketing" de rede. A ética na atividade publicitária. O Código de Auto-Regulamentação da Associação Brasileira de "Franchising"— ABF. Código de deontologia da Federação Francesa de Franquia. Código Belga de Franquia Empresarial. Código de deontologia européia da franquia.

Prefácio

Os recentes acontecimentos envolvendo a CPI dos Bancos trazem à tona uma reflexão muito importante, qual seja, a natureza e a eficácia dos mecanismos de regulação e controle no âmbito das atividades negociais, com reflexos inclusive no universo das franquias empresariais.

Ao contrário do que muitos possam imaginar, o panorama jurídico vigente em *franchising* é rico em diplomas legais a regulá-lo, direta e indiretamente.

Temos, hoje, no Brasil, a reger o *franchising*, uma legislação específica, a Lei n. 8.955/94, que trata mais do oferecimento da franquia aos possíveis candidatos do franqueador, do que do relacionamento franqueador/franqueado.

Seja como for, a regular legalmente a convivência entre os parceiros de qualquer relação, inclusive os de franquia, temos o Código Civil, no Capítulo Das Obrigações (arts. 863/1.078); Dos Contratos (arts. 1.079/1.093); A Reparação do Dano por Atos Ilícitos (art. 159) e a caracterização da Responsabilidade Civil (arts. 1.518 a 1.532 e 1.537 a 1.553). E, é obvio, como a franquia de que estamos falando é a mercantil, ou, melhor dizendo, a empresarial, temos o Código Comercial, sobretudo no que tange aos contratos e obrigações mercantis (arts. 121/286).

Outros diplomas legais também são aplicáveis ao *franchising*, ainda que indiretamente, como:

• Lei n. 6.729, de 28.11.1979 (Lei da concessão comercial de veículos automotores);

• Lei (antitruste) n. 8.158/91, contra a formação de cartéis; dispondo, no que mais nos interessa de perto, acerca do cerceamento à entrada no mercado de concorrentes; o controle regionalizado do mercado etc.;

• Lei n. 8.131, de 27.12.1990, versando sobre os crimes contra a ordem tributária, econômica e as relações de consumo, no que tange ao abuso do poder econômico para dominar o mercado, eliminando total ou parcialmente a concorrência; e, em detrimento desta, formar acordo, convênio, ajuste ou aliança, entre ofertantes, visando

ao controle de rede de distribuição ou de fornecedores;

• Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078, de 11.9.1990, dispondo, entre outros, sobre os contratos de adesão, divulgação adequada de produtos ou serviços, publicidade enganosa; revisão de cláusulas contratuais etc.;

• Código de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279, de 14.5.1996) que, em seu art. 211, determina ao INPI o registro dos contratos que impliquem transferência de tecnologia, contratos de franquia e similares, para produzirem efeitos em relação a terceiros.

Como, entretanto, nenhum destes diplomas legais regula especificamente a convivência e, portanto, o relacionamento diuturno franqueador/franqueado,[1] cresceu em importância a necessidade de se aparelhar melhor o mercado, em uma instância que precede à das autoridades fiscalizadoras, vindo mesmo antes e estando, portanto, acima dos diplomas legais citados.

É a instância da ética, no dia-a-dia de um mercado cada vez mais concorrido, cujas dificuldades, não resolvidas a tempo e satisfatoriamente, potencializam crises e prejuízos, às vezes irreparáveis.

Não foi sem razão que a Associação Brasileira de *Franchising* criou o seu Código de Auto-regulamentação em *Franchising* ou Código de Ética da Franquia Empresarial, mas que só obrigaria os sócios da associação que o instituiu.

"Isto porque os códigos de deontologia só vinculam os membros do agrupamento profissional a que se dirigirem e não têm sequer o valor de regras costumeiras ou de usos transnacionais (*lex mercatoria*). O seu valor de uso só foi reconhecido pelos tribunais na medida em que os contratos se lhe referiam."[2-3]

A livre concorrência

O mercado é uma instituição fundamental para os regimes democráticos e as economias não centralizadas. Todavia, a capacidade de atender, satisfatoriamente, ao consumidor e elevar o nível da concorrência nem sempre partem das empresas, espontaneamente. Pelo contrário, as razões de conveniência, próprias da livre iniciativa, podem até ser predatórias, prejudicando sensivelmente o consumidor, destinatário final dos bens e serviços oferecidos no mercado.

É inconteste que, à medida que a concorrência aumenta, aumentam, também, as práticas não éticas. Por outro lado, não é menos verdade que a total ausência de competição é nociva à boa ética, pois, quando mais não fosse, não lhe proporcionaria a oportunidade de revelar-se.

Todavia, a mão invisível da concorrência não basta. Não pode, ela, por si só, obter resultados éticos desejáveis. Mas, nem por isso vamos abolir de vez a concorrência (como o fazem os países de regime político totalitário, onde predomina, pelo menos teoricamente, a ausência da concorrência), só para termos, como resultado, menos práticas antiéticas.

Pelo contrário, preservemos nosso regime democrático, pois algumas práticas não éticas, neste nosso regime, só provam a confiança que a democracia deposita em seus líderes empresariais.

Todavia, em um mercado cada vez mais globalizado no qual as estratégias

1. O Fórum da Franquia Empresarial, reunido por diversas vezes, em Brasília, no âmbito do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, para propor modificações à atual lei de *Franchising*, houve por bem deixar o relacionamento franqueador/franqueado para ser regulado pelo contrato de franquia, como, aliás, é o que ocorre desde a entrada em vigor da Lei n. 8.955/94.

2. Esta assertiva nos leva à conclusão inarredável de que deveremos fazer constar de todos os nossos contratos a existência de um Código de Ética da Franquia Empresarial, a partir do momento em que o mesmo venha a ser implantado, depois de aprovado pelo Conselho de Franqueados.

3. Ana Paula Ribeiro — *O contrato de franquia ("franchising") no Direito Interno e Internacional*. Tempus Editores, Lisboa, 1996. p. 82.

estabelecidas nas transações comerciais — grandemente estimuladas pela formação de blocos de nações — ultrapassam fronteiras, a competição nem sempre é feita dentro das regras que preservem o crescimento da economia nacional de um confronto devastador, com importantes reflexos, inclusive, no mercado de franquias.

Nessa esfera, a experiência internacional demonstra que o controle mais eficaz tem sido mesmo aquele exarado pelas próprias entidades privadas do setor, sem quaisquer interferências governamentais.

A auto-regulamentação

No mercado de franquias — que nos interessa analisar de perto — a auto-regulamentação a nível internacional, tem sido capaz de garantir uma padronização, não apenas de conduta mas, também, de conceitos; cristalizados, todos, através de um código de ética, ou de auto-regulamentação (em constante aperfeiçoamento), ao qual os associados da respectiva agremiação aderem automaticamente, e que se destina tanto a resolver conflitos quanto a punir desvios do que tiver ficado estabelecido como sendo um padrão ético de conduta para o setor; decisões aquelas que garantem até a existência de uma certa "jurisprudência", na interpretação do código.

É bem verdade que para se ser franqueador ou franqueado não se precisa ser sócio de nenhuma associação. Nada impede, porém, que para integrar certa associação, em determinada categoria, a empresa tenha que preencher o pré-requisito de ser membro da associação inerente à classificação a que pertença.[4]

Todavia, como vimos acima, é um sonho pensar em querer-se obrigar a seguir seus preceitos éticos quem esteja fora de determinada atividade. Não é sem razão que surgem diplomas legais contemplando Códigos de Ética, cujo desconhecimento não se pode sequer alegar para justificar o seu não cumprimento, pois tratar-se-ia, agora, de infração a uma lei.

Esta circunstância vem em favor do argumento de se adotar um Código de Ética para cada comunidade em ação, como uma necessidade imperiosa, em não havendo uma legislação específica a respeito.

"Dentro desse enfoque, recomendável seria que cada categoria profissional pudesse instituir, como norma de procedimento salutar dos seus associados, o seu próprio *Código de Ética*, contendo um repositório de preceitos e regras de conduta dos seus membros, a fim de conscientizá-lo dos direitos e obrigações, visando ao engrandecimento da profissão e de sua missão social e humana."[5]

A importância da ética

Seja como for, a ética tem muita força, porque quando, em nossas ações, fugimos dela, passamos a sofrer a censura de nossos pares e o alijamento de sua convivência que, em última análise, pode ser até mais cruel do que a própria sanção legal, com o cumprimento de uma pena preestabelecida em norma jurídica.

"O ético não demanda a vigilância de qualquer instância de poder exterior ao agente. Mas, que máximas morais pode a consciência impor a si mesma por seu valor ético imanente? Alguns atos são certos ou errados em si mesmo. Quebrar uma promessa, por exemplo, seria errado independentemente das conseqüências."[6]

As normas deontológicas devem, pois, ser seguidas, não por serem úteis ou vanta-

4. A Associação Nacional das Lojas de Conveniência — ANLOC, por exemplo, só aceita que ingresse em seus quadros associativos, na categoria de franqueador, quem seja sócio da Associação Brasileira de *Franchising* — ABF nesta classificação.

5. Álvaro Leite Gumarães. "A ética nas profissões", *Bol. Sem. Rotary Club*. Ano LXX — 18ª Semana, 28.10.1992.

6. Dr. Alberto Oliva. "O lugar da ética num mundo de fatos e de leis", *Revista Thintank*, set. 1998.

josas para quem age, ou até para a humanidade em geral, e sim porque todo o indivíduo se impõe soberanamente o dever de adotá-las, de modo absoluto e necessário, ao ter consciência de que é um ente moral.

"Todavia, quando submetidas à competição, nossas ações mostram não só o que o ser humano pode fazer de melhor, como, também, o que pode tentar fazer de ilícito para se impor aos seus concorrentes",[7] sobrelevando-se a necessidade de um Código (ao qual aderimos espontânea e soberanamente) e que passará a batizar nossas ações quando nos faltem, até mesmo, condições e coragem para refletir sobre se seria ético, ou não, determinado modo de procedermos.

A ética

Mas, afinal, o que é Ética?

"Ética vem a ser um estudo dos juízos de apreciação que se referem à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente à determinada sociedade, seja de modo absoluto."[8]

"Mas, valerá a pena ser ético em um mundo infestado de leis e regulamentos, como se o desrespeito freqüente às normas fundamentais e ao bom convívio pudesse ser compensado com a profusão de leis existente?"[9]

"Temos, hoje, uma corrida ética em sentido inverso"[10] e só por ingenuidade se acreditará que à mão pesada do Estado deve caber a missão de pôr fim aos atos eticamente condenáveis.

"Como tão bem assinalou Kant, não é tarefa do Estado, ou até de outros indivíduos, tornar alguém *moral*. Só o próprio indivíduo pode infundir moralidade em seu agir. Ser moral é fazer-se moral. Se assim não fosse, o ser humano não seria um ente autônomo. Só quem é senhor de si pode-se tornar um agente moral. Por essa razão, a luta pela liberdade acaba sendo, em última análise, uma luta ética. O que faz o homem sujeitar-se à lei moral é o fato de o fazer voluntariamente, como se estivesse legislando para si mesmo. Isso significa que cada indivíduo não é apenas sujeito de direitos e deveres. É também legislador para si mesmo ao estabelecer e ao se impor as normas gerais de justa conduta com base nas quais age. Fica claro que sem liberdade não teria o homem como desfrutar de autonomia moral."[11]

Isto nos leva à seguinte indagação: qual a distinção entre moral e ética?

Quem nos responde é o Prof. Ruy de Azevedo Sodré, o papa da ética profissional no Brasil.

"Moral e ética têm a mesma raiz etimológica: — costume (ciência de costumes) mas não termos diferentes. Moral é a ciência do bem. A sua infração resulta numa sanção, na maioria dos casos imposta pela nossa própria consciência, que se traduz no remorso. Em outros, a sanção decorre de uma repulsa social. Ética vem do grego *etos*, que significa costume e tem uma etimologia significativa idêntica ao radical latino *mos* donde se origina a expressão moral. Ambas significam "costume ou hábito". A ética se divide em *Deontologia* — ciência dos deveres, e *Diceologia* — ciência dos direitos."

Lúcida, também, é a distinção produzida por Ruy Rodrigo Brasileiro de Azambuja, quando ele afirma:

"Em se falando em moral, propriamente dita, se cuida da moral teórica, ao passo que ética é a moral prática. A ética trata, pois, da moralidade dos atos humanos.

7. Idem.

8. Aurélio Buarque de Holanda Ferreira. *Novo dicionário da língua portuguesa*. Nova Fronteira.

9. Alberto Oliva, ob. cit.

10. Dr. Eduardo Portela, Presidente da Fundação Biblioteca Nacional, em conferência intitulada *Uma proposta de educação para o próximo milênio*, proferida em 30.4.1999 no Seminário Educação no Próximo Milênio e as Novas Tecnologias no Ensino à Distância. FGV/EBAP.

11. Dr. Alberto Oliva. "O lugar da ética num mundo de fatos e de leis", *Revista Thintank*, set. 1998(5):19.

"Ética é aquele máximo de honestidade que podemos colocar no mínimo que se exijam de nossa atuação em família, em sociedade, em negócios ou profissão. Ética é a parte da filosofia que estuda os deveres do homem para com Deus e a sociedade; deontologia; ciência da moral."[12]

A ética guarda uma relação muito estreita com o tempo e o espaço social e cultural em cujo contexto é analisada. Quem nos chama a atenção para este fato é a psicanalista Helena Besserman Vianna. Na entrevista ao *O Globo*, intitulada "Brasileiros valorizam a família na formação ética",[13] ela assim se manifestou: "O que é moral e ético em uma cultura pode não ser em outra".

Para exemplificar, ela apresenta o que ocorre em certos países árabes, nos quais a poligamia é aceita e faz parte das leis. Ainda que a definição do que é ético seja variável, a psicanalista acredita que os valores morais transmitidos pela família são importantes na formação da personalidade.

Já o psicanalista Wilson Chebabi acredita que a ética é a base fundamental de todo saber respeitável, e não a eficácia:[14]

"Há uma tendência a privilegiar a eficácia em prejuízo do bem. O descaso com a ética é um fator ponderável em casos como o de adolescentes que queimam um índio indefeso — lamenta.

"É urgente o resgate da ética. O fascínio pelas proezas da técnica precisa dar lugar ao respeito pela reflexão filosófica."

A ética nos negócios

Com o passar do tempo, porém, fatores éticos têm-se revelado de crucial importância para o funcionamento do sistema produtivo. Isto significando que regras éticas passaram também a ser vistas como podendo contribuir diretamente para o progresso social. É compensador, pois, e mesmo lucrativo, ser ético.

E não se trata, apenas, de cumprirmos fielmente o que foi por nós pactuado, trata-se do estabelecimento de regras do jogo estáveis, pois constantes alterações, após haver começado a competição, sempre geram instabilidade, diminuindo a coesão social e a própria prosperidade econômica.

Na época em que vivemos, quando tantos valores são esquecidos ou postergados, a ética há de ser estudada e instada.

Não é sem razão que, por volta de 1985, a ética nos negócios tornou-se um campo acadêmico, debatido por teólogos, filósofos e presidentes de grandes corporações. Nos anos 80, cerca de 75% das 1.200 maiores empresas americanas definiram seus Códigos de Ética e os melhores de seus funcionários foram treinados na ética dos negócios.

"Os homens de negócios que depuseram na pesquisa elaborada anteriormente aos estudos para a elaboração da obra *Ética em negócios*,[15] embora confessassem a sua desconfiança nos concorrentes e na existência de práticas aceitas na indústria, mas que não são éticas, também manifestaram o desejo de alterar essas práticas e de estabelecer uma confiança mútua."

No Brasil, em 1981, ao tempo em que vigorava a distinção constitucional entre empresas nacionais e estrangeiras, tramitou na Câmara dos Deputados um projeto de Lei de n. 2.248-0/76, encerrando um código de ética para multinacionais, que definia o comportamento exigível das empresas que operassem no território nacional, sob o controle de capital estrangeiro, impondo-lhes padrões éticos de comportamento.

Em 1987, a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil, reunida através de suas delegações regionais, houve por bem, durante o seu IX Congresso

12. Jayme Rocha Pardini. "Ética em serviços profissionais", *Revista Brasil Rotário*. Maio de 1984.
13. *O Globo*, 24.5.1998.
14. Idem, ibidem.
15. Raymond Baumhart SJ. *A ética em negócios*. Expressão & Cultura, 1997.

Nacional, emitir a Carta de Salvador, contendo diversos pontos oferecidos à reflexão, constituindo a sua ética nos negócios.

A ética na magistratura

Mas não só a lisura nas atividades negociais está na berlinda nos dias que correm. O próprio exercício ilibado da profissão — quase sacrossanta — da magistratura está em jogo. A outra CPI, a do Poder Judiciário, está nos mostrando, com os desmandos praticados por uma das autoridades judiciárias — à frente dos negócios na Justiça do Trabalho em São Paulo (TRT) — o quão importante seria termos uma regulação externa da magistratura, a qual muitos temem aceitar. A verdade é que os acontecimentos vindos à tona com a CPI do Poder Judiciário estão a preocupar toda a sociedade, pois "(...) cabe ao Poder Judiciário (...) impor-se pela serenidade, pela dignidade e, antes de tudo, pela ética. Em verdade, nenhuma instituição ou profissão, por mais respeitável e poderosa que seja, pode sobreviver sem um mínimo de credibilidade".[16]

Não é sem razão que o Desembargador J. Benício de Paiva, de Minas Gerais, há muito, ofereceu um decálogo de sugestões para um Código de Ética da Magistratura, redigindo preceitos e normas, decorrentes da dignidade inerente ao cargo de juiz.

Paralelamente, ao tema controverso de controle externo do Judiciário, há um movimento para a reforma do Poder Judiciário, encabeçado pela Associação dos Magistrados Brasileiros que tem à sua frente o desembargador Luiz Fernando Ribeiro de Carvalho, advogando a criação de um Sistema de Planejamento e administração do Poder Judiciário, composto pelo Conselho Nacional de Justiça e pelos Conselhos Regionais e Estaduais de Justiça; são suas estas palavras: "A preocupação ética, que nunca esteve afastada do universo jurídico, ressurge com fortalecida entonação, dirigindo-se a todo o campo social de atuação do Direito e passando a ocupar papel central na formação de seus profissionais, especialmente do Juiz".[17]

A ética em serviços profissionais

Não só nos negócios manifestaram-se espontaneamente os empresários no sentido da formulação de princípios éticos ligados à sua atividade.

Também prestadores de serviços profissionais e profissionais liberais (estes últimos muitas vezes agrupados em sociedades profissionais, verdadeiras empresas prestadoras de serviços), formularam seus Códigos de Ética.

A começar pelos Clubes de Serviços, como o *Lions* e o *Rotary Club*, tendo este último lançado, recentemente, campanha no sentido de promover uma volta a princípios éticos, sob o lema: "*Ética é um princípio que não pode ter fim*". A propósito é mundialmente conhecida sua famosa prova quádrupla.

1. É verdade?
2. É justo para todos os interessados?
3. Promoverá a boa vontade e melhores amizades?
4. Será benefício para todos os interessados?

Em seu manual de procedimentos iremos encontrar:

"Promover e apoiar: o reconhecimento do mérito de toda ocupação útil e a difusão das Normas de Ética Profissional; por outras palavras, em Serviços Profissionais visa-se promover o ideal de servir pelo mundo dos negócios e profissional.

16. Ney Magno Valadares in *A Ética do Magistrado*, palestra proferida na Justiça Federal de 1ª Instância, Seção Judiciária do Estado do Rio de Janeiro, em 8.4.1994, *apud* R. Reis Friede, Juiz Federal — "Preceito ético da magistratura", *Jornal do Commercio*, 19.8.1994, p. 28. Direito & Justiça.

17. "Intervenção social e desafio ético: um novo tempo na justiça", *Revista AMB*, maio 1998, p. 50.

"Isso redunda na aplicação de elevados padrões de Ética pelo rotariano em todas as suas relações de negócios ou profissionais — com empregados, concorrentes, fregueses e aqueles de quem se compra; e na difusão de tais padrões por todos os rotarianos entre os demais integrantes de seu grupo."

Mas, o que vem a ser a ética profissional? *Ética profissional são os princípios que regem a conduta de determinados profissionais, de certa classe.*

A ética dos advogados, p. ex., deveria ser estudada, no currículo das faculdades de direito, sob o título *Ética* ou *Deontologia Jurídica*, como disciplina obrigatória, tal o rigor do Código de Ética e Disciplina que é imposto à carreira do profissional do direito, pelo diploma legal que lhe corresponde (Lei n. 8.906, de 4.7.1994, arts. 31 a 33), e tal é o peso de sua responsabilidade social na construção da justiça.

Referido Código de Ética e Disciplina regula os deveres do advogado para com a comunidade, o cliente, o outro profissional e, ainda, a publicidade, a recusa do patrocínio, o dever de urbanidade e os respectivos procedimentos disciplinares.

No I Encontro dos Tribunais de Ética da Ordem dos Advogados do Brasil, realizado nos dias 7 e 8 de novembro de 1999, em Brasília, no qual ficou resolvido encetarem, os advogados, uma campanha intitulada *Ética na Advocacia* e a elaboração de um *Manual de Ética* da sua profissão, destacamos as seguintes assertivas:

"A advocacia não pode ter tratamento semelhante à atividade comercial", disse o jurista Paulo Gouveia Medina. Essa afirmação foi feita a partir do papel estabelecido em lei para o advogado como peça fundamental do funcionamento da Justiça e a quem cabe a defesa da ordem jurídica.

"Numa época marcada por mudanças profundas, resultantes da globalização, o interesse cada vez maior pelos lucros estaria entrando em conflito com os princípios que orientam a profissão.

"A sociedade, de maneira geral, pensa em termos monetários. A advocacia, contudo, tem outros valores mais importantes e históricos, como a liberdade, a legalidade e a defesa da Constituição."[18]

A ética em finanças

Compreendendo a importância de possuir um Código de Ética, e ciente de "que o profissional da área deve orientar-se por princípios éticos compatíveis ao elevado grau de responsabilidade e probidade exigíveis para o exercício de suas atividades profissionais"[19] o Instituto Brasileiro dos Executivos em Finanças — IBEF houve por bem instituir seu Código de Ética e Normas de Conduta Profissional, conforme os termos de um articulado contendo trinta itens, a serem seguidos zelosamente por todos os afiliados do IBEF, que validarão a proficiência e confiabilidade do executivo de finanças junto a instituições e à sociedade em geral.

Foi criada, também, pelo referido Instituto uma Comissão Permanente de Ética (CPE) com o objetivo de apurar os fatos e recomendar ao Conselho Diretor Seccional as medidas cabíveis, nos termos do art. 2º do seu Estatuto Social, em caso de quebra do decoro profissional por parte do executivo de finanças afiliado ao IBEF.

Referido Código de Ética foi instituído não sem antes haver a entidade consultado a opinião de seus afiliados, a eles tendo oferecido um elenco das qualidades positivas para que os mesmos as valorassem, em ordem decrescente segundo seu maior grau subjetivo de importância.

A propósito da instituição do referido Código, assim se manifestou o Coordenador da Comissão de Ética (que finalizou o Código) e Diretor do IBEF, Dr. Luiz Affonso Romano.[20]

18. Dr. Reginaldo de Castro, em entrevista ao *Jornal da OAB*, dezembro 1998, p. 10.

19. Resolução 01/98 da Assembléia Nacional do IBEF.

20. Dr. Luiz Affonso Romano. *Informe-IBEF* 10(91), novembro 1998.

"Mas certos princípios éticos devem ser preservados e a conduta moral deve ser claramente delineada para que os perenes ideais de proficiência, justiça e dignidade profissional sejam mantidos. Não apenas como referência, mas intrinsecamente inseridos no momento e no processo histórico que estamos vivenciando; ou corremos o risco de perdermos as nossas referências, enquanto sociedade.

"E, ao nos pautarmos neste Código de ética, estaremos, com certeza, contribuindo não apenas para o aumento do nível de respeitabilidade de nossa atividade mas, sobretudo, contribuindo para o aumento da qualidade de vida de nossa sociedade.

"O Código de Ética dos ibefianos pretende ser o paradigma da nossa prática profissional e a inspiração maior ao nosso consciente exercício da cidadania."

A ética no turismo

Recente matéria, intitulada "Turismo com Ética", publicada há menos de um ano,[21] nos dá conta de que a Organização Mundial do Turismo elabora um código para disciplinar o setor; que, bem a propósito, duplicará seu faturamento até 2020.

"O Brasil integra o comitê encarregado de elaborar um documento inédito na história, o Código de Ética do Turismo, um conjunto de normas capaz de proteger os interesses e definir as responsabilidades de quem viaja, de quem trabalha no setor e de quem mora nos lugares visitados pelos turistas no mundo inteiro. A elaboração do código tem apoio da ONU e é uma proposta da Organização Mundial do Turismo (OMT), entidade intergovernamental que trabalha para disciplinar e organizar o turismo mundial. A utilidade do código parece emergente. Basta lembrar o desconforto de milhares de brasileiros durante a copa da França. Pagaram por pacotes e ingressos para os jogos e tiveram que ver o Brasil jogar em telões armados nas ruas de Paris.

"Além disso, o código torna-se uma necessidade diante dos números previstos para o setor nas próximas décadas.

"Segundo previsões da OMT, a indústria do turismo deverá triplicar até 2020, disputando espaço na economia mundial com os setores de telecomunicações e tecnologia da informação, os de crescimento mais veloz, atualmente."

O Código de Ética do Turismo abordará, dentre outros assuntos, a exploração do turismo para fins libidinosos, coibindo-a; procurando, com isto, harmonizar os interesses de quem viaja com os de quem mora nos lugares visitados, de modo a evitar a interferência deletéria dos visitantes na vida de comunidades, que vivem em destinos turísticos, pois isto é algo que ainda não está sendo devidamente considerado pelo setor, na avaliação dos estudiosos. E, prossegue a matéria:

"A exploração sexual, o uso de mão-de-obra infantil, o desrespeito aos direitos humanos, as questões ambientais, o cumprimento dos itens da Declaração Universal dos Direitos do Homem; tudo isso deverá fazer parte do código."

A ética no "marketing" de rede

Também as entidades ligadas ao *Marketing* de rede, ou *Marketing* Multinível, possuem seu Código de Ética.

A MLMIA — Multi-Level Marketing International Association alardeia a existência de altos *standards* de comportamento ético na indústria do Marketing de rede, para si própria e para os seus membros.

Para serem observados por todos os seus associados, a entidade estabeleceu um decálogo de preceitos dos quais destaca, como Regra de Ouro, apregoada pela Associação, o seguinte axioma: "enquanto você estiver construindo seu negócio, em proveito próprio, falo-á de modo a que os que estiverem em seu entorno possam,

21. Revista *Checkin*, em agosto de 1998, às pp. 16 e 17.

igualmente, construir o seu, sem percalços e admoestações".

A Sociedade Internacional de Marketing Multinível, com sede no Brasil, também se apresenta aos seus associados com um Código de Conduta e Ética de Distribuidores.

A ética na atividade publicitária

A atividade publicitária, no Brasil, há muito que se auto-regula, com absoluto sucesso. A atividade saneadora de seu Conselho de Auto-Regulamentação (CONAR) — aplicando, inclusive, duras penas aos recalcitrantes — tem sido bastante útil e elogiada na normatização da atividade em prol do bem comum.

Seu Código de Auto-Regulamentação espontânea já previa, por exemplo, em 1978, restrição de horário para as peças publicitárias relativas a bebidas e cigarros na televisão; o que só mais tarde veio a ser regulamentado por lei.

São inúmeras, pois, as entidades — fora do sistema de franquia empresarial — que resolveram difundir e instar seus princípios éticos aos seus afiliados mediante um Código de Ética ou de Auto-Regulamentação.

Analisemos, agora, os exemplos de Códigos de Ética no âmbito do *Franchising* no Brasil e no mundo.

O Código de Auto-Regulamentação da Associação Brasileira de "Franchising" — ABF

Em julho de 1987, foi constituída na cidade de São Paulo a Associação Brasileira de *Franchising*, sem fins lucrativos, congregando franqueadores, franqueados, consultores e, de um modo geral, os provedores de bens e serviços ao sistema respectivo, com o objetivo de desenvovê-lo e divulgá-lo, assim como seus benefícios para o nosso país, promovendo sua defesa junto às autoridades constituídas, entidades de classe, formadores de opinião; aprimorando técnicas de atuação de seus associados, através do intercâmbio de informações, dados, idéias, cursos, seminários, palestras e eventos.

Ao tempo da criação da ABF já existia no Brasil a Associação dos Franqueadores Brasileiros — AFRAB, com sede no Rio de Janeiro. Como ambas as Associações tinham os mesmos objetivos, quais sejam os de lutar pela higidez do Sistema de *Franchising* no Brasil, que acabara de nascer, promovendo a disseminação do verdadeiro conceito de *franchising*, a fim de protegê-lo, ambas entidades se fundiram passando a ABF, criada em São Paulo, a ser a ABF-Nacional e a AFRAB, a Sucursal do Rio de Janeiro da ABF-Nacional.

A ABF-Nacional decidiu, então, em atendimento aos seus objetivos, constituir uma subcomissão da Comissão de Ética, encarregada de elaborar um Código de Auto-Regulamentação do *Franchising*, estabelecendo princípios, regras e condições básicas de atuação a serem observadas, no dia-a-dia, estipulando normas e práticas adequadas, principalmente no que tange ao relacionamento franqueador/franqueado.

Referido código foi elaborado de forma a se constituir em um código de boa conduta; baseado em princípios legais de Direito Brasileiro, na prática do sistema do mercado interno e no Código de Ética da Associação Internacional de *Franchising* (IFA).

Ao divulgar seu código, em um opúsculo, a ABF oferece, também, uma cópia do Regulamento da Comissão da Comunidade Européia, sobre *franchising*, que dá ao Sistema de Franquia Empresarial um outro enfoque, sob o prisma das vantagens e dos ganhos auferidos pelo consumidor, com a sua aplicação.

Em suas disposições gerais, o Código de Auto-Regulamentação da Associação Brasileira de *Franchising* define o que seja o Sistema de *Franchising*, bem como *know-how*, para, ao depois, sob o título Princípios Orientadores, definir, singelamente, o que seja franqueador; os requisitos para ser franqueador, bem como para ser franqueado.

Em seguida discorre o Código sobre a publicidade e divulgação da franquia, no processo de recrutamento, que não deverá conter ambigüidades nem, muito menos, ser enganosa.

Quanto à seleção de franqueados, o Código recomenda que os mesmos só sejam aceitos após processo criterioso que envolva formação, qualidades pessoais e recursos financeiros para a exploração da franquia.

Sobre o *Contrato de Franquia*, o Código recomenda que o mesmo seja escrito (o que no Brasil, aliás, hoje é uma obrigação legal), devendo ser respeitado, na sua elaboração, o Código de Auto-Regulamentação e o Direito Brasileiro, bem como refletir o documento elaborado os interesses dos membros da rede, como um todo, protegendo sua identidade e reputação; os direitos de propriedade industrial ou intelectual dos franqueados; deferindo, por último, os direitos e as respectivas obrigações e responsabilidades das partes.

Referido Código vai mais adiante, elencando os pontos essenciais de um contrato de franquia, passando pelas cláusulas de não concorrência, confidencialidade, sigilo e rescisão do contrato.

No que concerne à Master Franquia, o Código afirma que o mesmo não se lhe aplica, regendo, contudo, as relações entre Master Franqueados e seus subfranqueados.

Prossegue o Código, discorrendo sobre os direitos e obrigações do franqueador e do franqueado, para finalizar com infrações e penalidades.

Código de Deontologia da Federação Francesa de Franquia

O Código de Deontologia da Federação Francesa de Franquia foi estabelecido com a criação da própria Federação, por volta do segundo semestre de 1971, por franqueadores, professores de direito e juristas de escol, idealistas; todos interessados em uma autodisciplina, sempre preferível a uma legislação imposta. Seu objetivo foi, pois, o de dotar uma profissão nascente de regras livremente aceitas pelas partes.

Com regras flexíveis — sem jamais criar constrangimentos — o Código da FFF é construído sobre os princípios fundamentais da parceria empresarial, da colaboração recíproca e do equilíbrio de direitos e de obrigações.

Ele, de fato, não obriga senão os aderentes à Federação, a não ser que nos contratos de franquia respectivos se faça uma referência específica à existência do referido Código, anexando-se uma cópia do mesmo ao pactuado.

Este Código, em sua nova versão, serviu à consolidação do Sistema de Franquia na França, pois impregnou a atuação de todos os partícipes deste sistema, naquele país, constituindo a base para a elaboração do novo Código Europeu da Franquia, entrado em vigor em 1º de janeiro de 1992.

Código Belga de Franquia Empresarial

Conhecido, também, como Código de Práticas Leais em Matéria de *Franchising*, este Código estabelecido pela Associação Belga de *Franchising*, apresenta-se mais detalhado do que o Código da FFF.

Todavia, seus autores — a princípio um tanto tímidos — parece não terem querido da força obrigatória a todo o Código, pois utilizam-se de expressões como, *em princípio*: "o franqueador tem, *em princípio*, o direito de escolher de seus equipamentos e materiais (...)".

De resto, nada obstante, emprega outras expressões como, p. ex.: *é necessário ... é devido ...* fazendo com que, afinal, o Código se imponha ao franqueador aderente à Associação.

Código de Deontologia Européia da Franquia

Reproduz, quase integralmente, o Código Belga, possuindo o grande mérito de ter feito uma síntese entre os Códigos de

Deontologia da FFF e o belga, sem haver aportado, contudo, algo da Deontologia alemã, ou anglo-saxônica, como seria de se esperar, sendo ele um Código Europeu.

O Código em questão, porém, é parcial, pois, simplesmente ignora as obrigações do franqueado para com o franqueador.

Seu mérito é, no entanto, o de simplesmente existir, o que, por si só, já é algo de positivo. Espera-se que, um dia, ele possa ser reformulado, dentro de um espírito mais consentâneo com a ética no *franchising*, contemplando as obrigações do franqueado.

Rio de Janeiro, julho 1999