

Por André Lopes Martins (\*)



*Black Friday* é anualmente comemorada sempre na última sexta-feira do mês de novembro. Obedecendo ao calendário norte-americano, país no qual se originou, ela é realizada sempre no dia seguinte ao Dia de Ação de Graças dos Estados Unidos, que, por tradição centenária, é sempre celebrado na 4ª quinta-feira desse mesmo mês.

A data e seu nome contam com diversas teorias acerca de sua origem e motivação. Entretanto, todas essas teorias convergem no sentido de que o período marca o início da temporada de compras de Natal, com promoções substanciais em todas as espécies de lojas e comércios, especialmente os varejistas, físicos ou *online*, tornando-se dia de enorme incremento no faturamento dos negócios.

A atratividade e popularidade da *Black Friday* decorrem do fato de que muitos dos descontos oferecidos pelos lojistas são considerados pelos consumidores como superiores, mais benéficos e mais atrativos do que aqueles concedidos por ocasião do próprio Natal, razão pela qual aproveitam a ocasião para também adiantar as compras de seus presentes natalinos.

A data espalhou-se pelo mundo, face ao seu evidente apelo comercial. No dia, lojas abrem mais cedo e fecham mais tarde; sites de vendas têm movimento multiplicado, tudo diante do maior número de consumidores interessados nas ofertas. O evento não tem regulamentação, nem organização centralizada. Qualquer lojista, virtual ou físico, pode fazer promoções com o nome *Black Friday*.

No Brasil, a primeira *Black Friday* ocorreu no ano de 2010. A de 2018 ocorrerá no dia 23 de novembro. A data, todavia, exige atenção, tanto dos lojistas quanto dos consumidores.

Já houve relatos no Brasil, por exemplo, de comerciantes que aumentaram deliberadamente o preço dos produtos antes da *Black Friday* para, no dia do evento, anunciá-los por um preço mais baixo, induzindo o consumidor a acreditar que estava fazendo uma boa compra.

Atento a esta questão, visando impedir tais práticas fraudulentas, o Procon de diversos Estados, além de sites como Reclame Aqui ([www.reclameaqui.com.br](http://www.reclameaqui.com.br)) e Consumidor ([www.consumidor.gov.br](http://www.consumidor.gov.br)), ligado ao Ministério da Justiça), fornecem informações acerca de estabelecimentos com restrições e reclamações referentes à esta época do ano. Assim, é sempre recomendável, antes de finalizar a compra, pesquisar sobre o histórico do fornecedor, e se a empresa em questão respeita ou não o consumidor.

Neste aspecto, o Procon-SP divulga desde 2013 uma lista de empresas *online* não confiáveis, cujos sites devem ser evitados, por já terem sido objeto de reclamações de consumidores e, mesmo após notificadas pelo Procon, não responderem, ou não terem sido encontradas.

Para as compras *online*, outro exemplo interessante é o selo *Black Friday Legal*, concedido pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico ([camara-e.net](http://camara-e.net)), iniciativa que reúne diversas empresas nacionais, inclusive as de grande porte. Esse selo identifica os fornecedores (lojistas, produtores, etc.) que aderiram ao Código de Ética da Câmara e que têm comprometimento com o integral cumprimento das disposições de defesa do consumidor.

Mas mais importante é saber que na *Black Friday*, em empresas físicas ou *online*, para garantia dos consumidores e lojistas, o Código de Defesa do Consumidor é integralmente aplicável.

Assim, para compra realizadas fora do estabelecimento comercial, ou não presenciais (internet, telefone, via catálogo ou em domicílio), o consumidor sempre terá o prazo de 7 (sete) dias, contados do recebimento do produto ou do serviço, para arrepender-se da compra, sem ônus e sem necessidade de justificativa, nos termos do artigo 49 do CDC. Isso porque, nessas hipóteses, o consumidor não teve condições de avaliar mais aprofundadamente o produto ou o serviço na hora da aquisição.

Nesses casos, o reembolso ao consumidor deve ser imediato e integral, ou seja, além de tudo o que pagou, o consumidor deve receber de volta todo e qualquer custo extra, como fretes, taxas de entrega ou de instalação, entre outros.

É altamente recomendável, em caso de arrependimento, que o consumidor documente, ou seja, registre o seu desejo pela devolução do produto adquirido, via escrita. Já nas aquisições feitas em lojas físicas, o fornecedor não é obrigado a efetuar a troca de produtos ou serviços por mero arrependimento do consumidor.

Em pontos de venda físicos ou *online* (nesta última, não sendo caso de arrependimento) mesmo na hipótese de defeitos, o fornecedor não é obrigado a substituição imediata, tendo o prazo de 30 (trinta) dias para os reparos necessários. No entanto, não consertado o produto ou o serviço nesse prazo, o consumidor pode exigir a substituição do bem por outro idêntico em perfeitas condições, a devolução integral do valor pago atualizado (sem prejuízo de eventuais perdas e danos) ou o abatimento proporcional do preço, tudo nos termos do artigo 18 do CDC.

As lojas não são obrigadas a efetuar a troca voluntária de produtos e serviços, como no caso do consumidor não gostar da cor de um presente, por exemplo. Entretanto, a troca por conveniência tornou-se política comercial largamente aceita pelo mercado, na busca de cativar clientela.

Por fim, é essencial que consumidores e lojistas tenham relacionamento transparente, fundado no respeito mútuo e às regras do CDC, em especial as que preveem o atendimento facilitado, eficaz e adequado; a publicidade verdadeira, com informações completas das condições reais e integrais do negócio; a existência de mecanismo seguro de pagamentos e proteção de dados; o cumprimento dos prazos de entrega prometidos; a vedação de propaganda e práticas enganosas ou abusivas.

(\*) **André Lopes Martins** é sócio do escritório [Guimarães & Lopes Martins Advogados Associados](#), especialista em Direito Processual Civil e em Responsabilidade Civil e Direito do Consumidor.