



Na Mídia

23/11/2023 | [Revista PEGN](#)

'Black Fraude': aumentar preço antes de dar desconto é crime e pode prejudicar empresas. Entenda

Artigo 67 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) prevê detenção e multa pela prática de maquiagem de preços. Especialistas indicam cuidados

Carina Brito



Black Friday: aumentar o preço para depois aplicar um desconto é ilegal — Foto: Pexels

Apesar de ser famosa pelos descontos agressivos, a Black Friday já recebeu o apelido de “Black Fraude” devido à existência de ofertas enganosas – como o aumento do preço dos produtos antes da oferta de um desconto. Além de prejudicar a imagem de empresas, a “tática” é considerada crime, de acordo com o artigo 67 do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

“Essa prática é chamada maquiagem de preços e pode ser considerada publicidade enganosa”, diz Carolina Vesentini, advogada do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec). A pena é uma detenção de três meses a um ano e multa.

O valor das multas pode variar, diz Andrea Seco, sócia do escritório Almeida Advogados. “Depende de fatores como a reincidência do crime, a quantidade de consumidores lesados, o lucro da empresa na ação e outros elementos”, afirma a advogada.

Seco explica que as próprias entidades de defesa do consumidor, como a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e o Procon, fiscalizam as empresas para verificar se as leis estão sendo cumpridas. Ainda assim, os consumidores podem acionar o judiciário caso se sintam lesados. “O consumidor deve reunir o maior número de documentos possíveis para provar que foi vítima”, afirma. Entre as provas recomendadas estão imagens da página do preço dos produtos antes, durante e após a Black Friday.

“Apesar de não ser obrigatório, é interessante que o consumidor mostre que entrou em contato com a empresa e tentou resolver a situação. Caso a empresa não colabore de forma amigável, pode caber a reparação por danos morais”, diz Seco.

Maria Helena Bragaglia, sócia das áreas de Resolução de Conflitos, Consumo e Varejo do Demarest Advogados, lembra que existem também consequências para a imagem da empresa. “A Black Friday é um momento em que todas as entidades estão de olhos atentos e divulgam em seus sites os casos de empresas que adotaram práticas abusivas”, afirma.

Produtos encarecem no pré-Black Friday

A plataforma de comparação de preços Zoom/Buscapé fez um levantamento que identificou um aumento nos valores de certos produtos nas últimas semanas. Os celulares e smartphones, por exemplo, ficaram 3,65% mais caros na comparação entre a semana de 29 de outubro a 4 de novembro e 5 a 11 do mesmo mês. Já entre os dias 12 e 18/11, os produtos apresentaram uma redução de 2%.

As geladeiras e os aparelhos de ar condicionado também apresentaram aumento no período, com altas de 6,64% e 5,79%, respectivamente. Na semana de 12/11 a 18/11 houve novos crescimentos, de 1,17% e 1,50%, respectivamente.

