opinião

opiniao@jornaldocomercio.com.br

/ PALAVRA DO LEITOR

Estrada do Mar


geral

Transição de carreira impulsiona estagiários 50+

Demanda antiga do Litoral Norte no Rio Grande do Sul, a duplicação da ERS-389, a Estrada do Mar, segue sem grandes avanços (Jornal do Comércio, edição de 18/11/2026). Tudo é uma questão de gestão. O atual governador, Eduardo Leite, é de Pelotas, e o vice, Gabriel Souza, de Tramandaí, e nada fizeram pela região. A Estrada do Mar foi construída na gestão do Pedro Simon há 40 anos, não evoluiu nada nesse período. Se fosse em Santa Catarina, estaria duplicada e com uma ciclovia. *(Virgilio Panzini de Matos)*

Estrada do Mar II

A população da região aguarda a construção da elevada na Estrada do Mar com a RS-407, o que até agora é apenas uma promessa. *(Fabrício Anflor)*

Rodovias

A CCR ViaSul, que administra a Freeway no Rio Grande do Sul, inicia uma nova fase e passa a adotar a marca Motiva Gaúcha (JC, 16/11/2026). A Freeway nunca esteve tão esburacada. E não é nada barato trafegar na rodovia: são gastos R$ 13,80 para andar 80 km. *(Lucas Casagrande)*

Rodovias II

Precisa mudar o serviço prestado. Falta manutenção e sobram buracos. O pedágio continua caro e a qualidade segue ruim, só mudou a fachada. *(Jairo Bertoti)*

Surf na Ilha dos Lobos

O Grupo de Estudos de Mamíferos Aquáticos do Rio Grande do Sul (Gemars) vai analisar a compatibilidade da prática do surf "tow-in" em ondas gigantes no Refúgio de Vida Silvestre da Ilha dos Lobos, em Torres (JC, 16/11/2026). O que será diferente, os jet ski serão elétricos e silenciosos? O barulho sempre espantou os lobos marinhos. As gestões públicas do litoral gaúcho estão dizimando a fauna autorizando projetos absurdos. *(Rafael Kwaszko)*

Surf na Ilha dos Lobos II

Se os lobos gostassem de barulho, ficariam na Praia dos Molhes. Surfo desde 1982 e sei que nem todos pensam na preservação do meio ambiente costeiro. Entro na defesa do ecossistema pois ego, "likes" e interesses comerciais não sobressaem ao meu senso de preservação. Quem quer surfar a ilha, reme ou inventem jet ski elétricos que são menos poluentes e menos barulhentos. *(Carlos Alberto Diehl)*

Surf na Ilha dos Lobos III

Até que ponto a sociedade aceita abrir mão de um recurso recreativo ou econômico para preservar o direito de existir e descansar de outras espécies sem a nossa interferência? *(Lauren Garcez)*

Na coluna Palavra do Leitor, os textos devem ter, no máximo, 500 caracteres, podendo ser sintetizados. Os artigos, no máximo, 2300 caracteres, com espaço. É necessário indicar no título do e-mail se é "Artigo" ou "Palavra do Leitor". Os artigos e cartas publicados com assinatura são de responsabilidade dos autores e não traduzem a opinião do jornal. A sua divulgação, dentro da possibilidade do espaço disponível, obedece ao propósito de estimular o debate de interesse da sociedade e o de refletir as diversas tendências.

/ ARTIGOS

Black Friday: persuasão ou enganação?

Luciano de Faria Brasil

A Black Friday se consolidou no calendário do varejo, mas a promessa de descontos exige atenção aos limites da comunicação comercial. Entre anúncios de oportunidades por tempo limitado, estoques reduzidos e grandes abatimentos, nem sempre é simples distinguir uma estratégia legítima de uma mensagem que induz o consumidor ao erro. A questão não está em persuadir, algo próprio da publicidade, mas em distorcer informações.

O Código de Defesa do Consumidor não proíbe o apelo comercial. Veda, porém, a publicidade enganosa, inclusive por omissão, quando uma informação falsa ou incompleta pode levar o consumidor a uma decisão que não tomaria se conhecesse as condições reais da oferta. O artigo 37 proíbe essa prática. Já os artigos 30 e 31 determinam que a publicidade suficientemente precisa vincula o fornecedor e que preços e condições devem ser apresentados com clareza.

Expressões como "metade do preço" ou "últimas unidades" podem ser legítimas quando correspondem à realidade. O problema surge quando o preço é artificialmente elevado antes da promoção, o desconto não considera o valor praticado ou informações essenciais – como frete, juros e prazo de entrega – ficam escondidas. A urgência fabricada e a escassez fictícia deixam de ser técnicas de marketing quando criam uma percepção falsa sobre a oferta.

Um levantamento da Timelens, empresa de inteligência de dados da FutureBrand, analisou mais de 2 mil produtos e 809 mil registros de preços durante a Black Friday de 2025. O estudo identificou que 45,4% dos itens não tiveram redução efetiva: 21% mantiveram o mesmo valor e outros 21% ficaram mais caros durante o período promocional. Os números ajudam a dimensionar a distância entre a expectativa criada pelas campanhas e as condições encontradas pelos consumidores no momento da compra.

A responsabilidade não pode ser transferida ao consumidor, como se bastasse pesquisar antes de comprar. Comparar preços e guardar anúncios são cuidados importantes, mas cabe ao fornecedor comprovar a veracidade das informações que divulga e cumprir as ofertas apresentadas. A Black Friday pode ser uma oportunidade legítima, desde que criatividade comercial não seja confundida com manipulação. Descontos reais, condições transparentes e ofertas cumpridas são a base da confiança nas relações de consumo.

> Descontos reais, condições transparentes e ofertas cumpridas são a base da confiança

Procurador de Justiça e presidente da Fundação Escola Superior do Ministério Público (FMP-RS)

O Natal é aquilo que escolhemos preservar

Pedro Horn Sehbe

Há algo especial quando as pessoas voltam a ocupar a cidade e a se reconhecer como comunidade. Uma praça cheia de famílias, crianças encantadas e gerações reunidas nos recorda que a urbe é, sobretudo, o lugar onde a vida acontece.

Há dez anos, o Grande Espetáculo de Natal nasceu do desejo de reunir famílias em uma celebração capaz de emocionar e resgatar o espírito natalino. Cresceu e se tornou uma tradição.

Mais do que uma apresentação artística, representa uma escolha: devolver às pessoas o coração de Caxias do Sul e acreditar na força dos encontros.

> Longevidade também se constrói preservando laços com a comunidade

Como empresário, acredito que a longevidade também se constrói preservando laços com a comunidade. E que cuidar dos espaços públicos é reconhecer que aquilo que pertence a todos exige o compromisso de cada um.

Em "O Livro das Virtudes", William Bennett nos lembra dos valores que aprendemos em casa, pelo exemplo de pais e avós, e levamos para a vida em sociedade. A civilidade está exatamente aí. Neste ano, o espetáculo contará a história de um avô e sua neta em uma jornada pelo tempo, pelas memórias, pela coragem e pela importância de compartilhar. Uma narrativa sobre o que recebemos das gerações anteriores e escolhemos transmitir às próximas.

É impossível falar dessa transmissão sem lembrar o sentido mais profundo do Natal. No Evangelho de Lucas, em meio à simplicidade de uma noite, nasce Jesus. Ao redor de uma criança, uma família se reúne, e uma promessa de esperança atravessa o tempo.

Lucas conta que Maria guardava aqueles acontecimentos, meditando sobre eles em seu coração. Talvez porque uma mãe saiba preservar aquilo que as palavras não alcançam.

A fé que nos sustenta quando faltam certezas. O amor presente nos gestos mais simples. A esperança que nos faz continuar. São valores que não se compram nem se transmitem apenas por palavras: precisam ser vividos. Na família encontram seu primeiro acolhimento.

O tempo transforma pessoas, cidades e costumes. Mas certos valores permanecem porque alguém, antes de nós, escolheu cultivá-los.

Talvez seja esse o verdadeiro espírito do Natal: preservar aquilo que merece atravessar gerações.

CEO, idealizador e diretor-geral do espetáculo O Grande Espetáculo de Natal de Caxias do Sul

Leia o artigo "Contrato empresarial entre STJ e reforma do Código Civil", de Frederico Araujo, em www.jornaldocomercio.com