



Episódio 18

O que você ainda não sabe sobre
a origem da Black Friday



O que você ainda não sabe sobre a origem da Black Friday

PARTICIPANTES

Vozes masculinas identificadas: M1

Taís Fabri

Carolina Kuk

Leticia Guedes

TEMPO DE GRAVAÇÃO

20 minutos e 49 segundos

MODALIDADE DE TRANSCRIÇÃO

Padrão

LEGENDA

... = pausa ou interrupção.

(inint) [hh:mm:ss] = palavra ou trecho ininteligível.

(palavra) [hh:mm:ss] = incerteza da palavra transcrita / ouvida.

(INÍCIO)

[00:00:03]

M1: Commerce Connections on Air.

Taís: Olá, olá. Sejam bem-vindos ao décimo oitavo episódio do Commerce Connections on Air. Eu sou a Taís Fabri, sou fundadora da 65/10, uma consultoria criativa especializada em comunicação com mulheres e, além disso, sou também diretora de criação e estratégia, e agora, apresentadora desse maravilhoso podcast. Hoje a gente vai falar de Black Friday. Mas, de um jeito diferente. A gente ouve tanto falar de Black Friday, mas você sabe de onde surgiu esse termo? Qual que é a história por trás dessa data? Será que ela sempre teve relação com descontos e promoções? E a chegada da Black Friday aqui no Brasil, como é que foi? Quando foi? Tantas perguntas, uma só resposta. Fica com a gente para saber tudo isso, porque começa agora o episódio: o que você ainda não sabe sobre a origem da Black Friday. Roda a vinheta.

M1: Commerce Connections on Air.

Taís: Eu já vou dar um spoiler para vocês de um pouco do que eu aprendi sobre esse tema. Então, a gente sabe que hoje em dia, todo mundo conhece Black Friday, é uma data comemorativa, comercial, sinônimo de grandes descontos, promoções, comemorada em várias partes do mundo, mas foi nos Estados Unidos que ela se tornou parte das festas do final de ano, e acontece na última sexta-feira de novembro, um dia depois do Ação de Graças, o Thanksgiving. Foi na década de 50 que o termo passou a ser associado a essa data. É que na sexta-feira, após o feriado, muitos trabalhadores faltavam alegando doença, mal-estar, dor de cabeça, e assim emendavam o final de semana. Ai, os gerentes falavam que era Black Friday, ou sexta-feira negra, obscura. Bom, já estou aqui

O que você ainda não sabe sobre a origem da Black Friday

dando vários spoilers sobre esse tema, mas, óbvio que não vou ficar sozinha falando sobre isso. Aliás, muito pelo contrário, eu estou muito bem acompanhada hoje, por duas convidadas maravilhosas, Carolina Kuk, historiadora e fundadora da Raiz Projetos e Pesquisas de História, e Leticia Guedes, que é gerente de contas e colíder do AfroGooglers, no Google. Bem-vindas, Carol e Leticia. Tudo bom por aí?

Carolina: Taís, Leticia, olha. Tudo bem, comigo e com vocês? É um prazer estar aqui hoje para bater esse papo.

Leticia: Oi, pessoal. Que honra estar na presença de duas profissionais tão incríveis para falar desse tópico superimportante, presente em vários debates. Então, vamos que vamos.

Taís: Garotas, antes de mais nada, eu quero começar perguntando para Carol, afinal de contas, quando foi que se ouviu pela primeira vez o termo Black Friday?

Carolina: Bom, Taís, o termo, ele foi se construindo ao longo da história, em várias camadas. Vamos lá, Black Friday foi usado pela primeira vez para se referir a uma grave crise na Bolsa de Valores de Nova York, é que, em 1869, dois acionistas do Wall Street, o Jay Gould e o James Fisk, resolveram especular o preço do ouro, quebraram a Bolsa, arruinaram várias empresas e causaram pânico nos investidores, isso foi em um dia 24 de setembro, que naquele ano, caiu exatamente em uma sexta-feira. Aí, a partir desse momento, o Black passou a ser associado a dias de desastre econômico. Por exemplo, o dia 29 de outubro de 1929, a mais famosa das quebras das bolsas, também foi chamado de Black. Só que dessa vez, caiu em uma terça-feira, e por isso ela ficou conhecida como Black Tuesday, e isso marcou o início da grande depressão. Paralelo a isso, já no final do século 19, começo do século 20, as promoções na sexta-feira, pós dia de Ação de Graças, começaram a existir. Nos anos 20, a Black Friday também era um termo usado para falar das sextas-feiras 13. Tipo assim: “esse ano teremos três Black Fridays”. Ou seja, no começo, o termo deu voz a coisas diferentes. Foi então que, em 1950, ele foi associado pela primeira vez ao Dia de Ação de Graças mesmo, como você acabou de citar ali no spoiler. Mas, a primeira associação dessa expressão com o que a gente entende hoje ser a Black Friday, é dos anos 60. O que aconteceu foi que os policiais da Filadélfia ficavam completamente atazanados pelo caos do trânsito da cidade, abarrotada, aí, eles chamavam a sexta-feira assim, após o dia de Ação de Graças. A cidade ficava abarrotada por causa de um grande fluxo de trabalhadores que estavam de folga e também de crianças que estavam sem aula, e iam para a cidade acompanhar um clássico do futebol americano universitário, que era o time da Academia do Exército Americano, o Army Black Knights contra a Academia da Marinha, o Navy Midshipmen, que acontecia no sábado. Uma outra associação do termo Black Friday e essas promoções, era na sexta-feira após Ação de Graças, são da década de 70, eles se referem assim aos anos em que essa data caiu no dia 13, como a gente já tinha falado anteriormente. Como vocês podem perceber, até os anos 80, a expressão Black Friday, ela tinha uma conotação negativa, e já estava bem disseminada na Filadélfia, mas no resto dos Estados Unidos não estava tão disseminada assim. E, foi só nos anos 90, que se tem notícia de tentar trazer pela primeira vez, uma versão com conotação mais positiva para a origem do termo. Foi assim, na época, as anotações de prejuízos e dos lucros nos registros contábeis dos comerciantes, eram feitas em cores diferentes, os prejuízos eram marcados em vermelho e os lucros em preto, as vendas da sexta-feira após Ação de Graças, eram então uma oportunidade para os comerciantes entrarem no preto, que em inglês se fala in the black, ou going back to black, que é o equivalente ao que a gente fala aqui como entrar no azul ou sair do vermelho, porque no Brasil a gente fala assim. Essa versão da origem do termo foi

O que você ainda não sabe sobre a origem da Black Friday

inclusive reiterada nos anos 2000, 2010. Basicamente, é isso, gente, apenas.

Taís: Nossa. Esse significado de sair do vermelho é perfeito para esse ano, porque tem tantos comerciantes no vermelho aguardando ansiosamente a Black Friday para ver se rola uma recuperação. Bom, eu não sei vocês, mas eu adoro saber a origem das palavras e expressões, eu amei toda essa jornada da Black Friday até ela se tornou a data com o significado que a gente conhece. E, falando em significado, fica a pergunta se o termo Black Friday tem origem racista ou não. Ajuda a gente com essa, Leticia.

Leticia: Então, Taís, como a Carol explicou super bem aqui, existem muitas teorias sobre as reais origens do termo Black Friday, e a maioria delas já foi descartada, inclusive aquelas que associavam o nome ao racismo. Eu entendo super de onde vem o desejo de se afastar do tema, visto que a população negra passou por muitos infortúnios causados por conta da origem de outros termos negativos, como, por exemplo, denegrir ou ainda criado-mudo, que são termos que a gente está tentando ressignificar ou excluir do vocabulário como é o caso dessas duas. Mas, olhando para os dados e principalmente para origem histórica do termo que a Carol apresentou, eu não acredito que seja hoje um termo racista, visto que o termo nem é em português, como eu acabei de mencionar. Então, a gente está falando de um termo que tem uma conotação puramente varejista e mercadológica, e para que o termo Black Friday se torne um termo abertamente racista, eu sinto que a gente primeiro precisa investir energia em torná-lo um termo racista, e aí, então, combatê-lo. E falando como parte daqui, do movimento negro, como uma pessoa que está aí na luta há algum tempo já, eu me pergunto se a gente tem energia e tempo para fazer isso, sabe? Visto que hoje tem uma conotação majoritariamente comercial e as pessoas até anseiam pela Black Friday. De acordo com algumas pesquisas que a gente tem aqui, o que mais incomoda os brasileiros é o fato de o termo ser em inglês, mais do que a conotação do que ele possa ter. Então, eu não acho coerente a gente interpretar com essa complexidade, de algo que foi trazido, importado sem contexto, sem adaptação, e que é usado aqui no Brasil com tanta superficialidade. Até porque, lá nos Estados Unidos, o uso do termo Black nem sempre tem o mesmo peso de chamar algo de negro aqui no Brasil. Então, para mim, o termo Black Friday tem conotação apenas comercial, até que se prove o contrário, e pelo que podemos ver aqui, a gente tem muitas evidências para entender que não é um termo racista e pouquíssimas ou nenhuma evidência para falar que é, de fato, um termo racista.

Taís: Pois é, Leticia, eu sinto que, esse termo começou a causar incômodo nos movimentos sociais, quando as marcas começaram a abordar mais o tema do orgulho negro, e aí, realmente, pode virar uma confusão danada, principalmente, porque publicitário adora um trocadilho, então, gente, é bom saber que Black Friday não é um termo racista, e vamos não misturar os temas, para não associar uma coisa à outra hein. Agora, vamos falar um pouquinho sobre a expansão da Black Friday para outros países. Carol, me conta uma coisa, quando a data começou a ficar popular em outros países além dos Estados Unidos, teve algum tipo de adaptação ou adequação para outros mercados ao redor do mundo?

Carolina: Taís, teve sim. Países como México, criaram sua versão para Black Friday com uma identidade própria. O el fin, uma abreviação do bom fim de semana, é o nome da data promocional que ocorre no fim de semana antes do dia de aniversário da Revolução Mexicana, por exemplo. Com o nome adaptado ou não, a verdade é que o impacto da Black Friday nas vendas era tão grande que, a partir dos anos 2000, ela passou a ser adotada por vários outros países. A lista é bem grande. Por exemplo, Canadá, Austrália, Nova Zelândia, Reino Unido, o México mesmo, a Espanha, Costa Rica, o Panamá, o Chile, Portugal, Noruega, França, Suíça, Grécia e Uruguai, só para

O que você ainda não sabe sobre a origem da Black Friday

citar alguns.

Leticia: E só complementando, Taís, o que a Carol falou, essa globalização da Black Friday, que ela mencionou, ela chega no ápice lá no ano passado. Então, segundo um estudo global da Salesforce, o faturamento on-line do varejo em 2020 cresceu mais de 50%, quando comparado a 2019, alcançando o valor sem precedentes aí, gente, de 1.1 trilhão de dólares entre novembro e dezembro. É muito dinheiro. Quando a gente volta os nossos olhares especificamente para o Brasil, a nossa Black Friday, em 2020, também superou todos os recordes e expectativas. Segundo o Ebit, as vendas on-line na quinta e na sexta-feira da Black Friday superaram o valor de 4 bilhões de reais. O dobro do realizado em 2017 e mais de 25% maior do que o ano de 2019. Então, até reforça aqui a ideia de que é uma data financeiramente positiva para o país, sendo assim, a gente tem mais um motivo para enxergá-la como ela é e não como a gente tem medo de que ela seja, novamente, até que se prove o contrário.

Taís: É, Leticia, claro que o Brasil ia abraçar a Black Friday. Qual brasileiro que não gosta de uma oportunidade de comprar barato. E, Carol, me conta, então, como que surgiu a Black Friday por aqui.

Carolina: Então, Taís, aqui no Brasil, a Black Friday aconteceu pela primeira vez no dia 26 de novembro de 2010, e foi voltada exclusivamente para o universo digital, diferente do que aconteceu nos Estados Unidos. Um site chamado Busca Descontos, do empresário Eugênio Toledo Piza, registrou o domínio blackfriday.com.br, e a ideia dele era oferecer e divulgar promoções e descontos das lojas cadastradas no site. A ideia do Piza era trazer a essência da data americana e a ferramenta da promoção de vendas baseadas em descontos para o universo brasileiro das compras on-line. Imagina que foi uma pessoa que trouxe a Black Friday para o Brasil. No primeiro ano, o projeto teve adesão de, aproximadamente, umas 15 empresas, que operavam por e-commerce. Um número que saltou para 50, no ano seguinte. E os descontos foram divulgados antecipadamente para os clientes que se inscreveram no site. Aí, essa primeira Black Friday teve uma participação de uns 50 mil consumidores, mais ou menos, e ela movimentou cerca de três milhões de reais. Mas, teve muita resistência, porque, na cultura varejista brasileira, as promoções, elas vêm, tradicionalmente, depois do Natal e não antes. Daí, a Black Friday se popularizou no país e se tornou, talvez, uma das principais datas do comércio on-line do Brasil. E hoje, ela nem está mais restrita a esse meio digital. Uma coisa importante é que o Brasil, dos anos 2010, estava sendo muito impactado por uma revolução no uso da internet, porque a substituição da internet discada pela banda larga, a chegada do 3G, foi nesse momento também, e acelerou a velocidade, facilitou o acesso da população a internet móvel. No ano dessa primeira Black Friday brasileira, o governo federal lançou um programa chamado Programa Nacional de Banda Larga, que tinha uma meta de levar banda larga para 40 milhões de brasileiros, mais ou menos, até 2014. Seriam 88% da população com internet de alta velocidade e baixo custo. Aí, na edição da Black Friday do ano seguinte, em 2011, com a intenção de desovar os estoques, os varejistas das lojas físicas também participaram. Eles estavam pessimistas porque estava rolando a desaceleração da economia, uma redução da intenção de compra, e aí, eles viram na Black Friday, uma oportunidade de antecipar as compras de Natal, incentivar o consumo e gastar também a primeira parcela do décimo terceiro, que é uma coisa bem importante quando a gente fala de vendas do varejo no Brasil. Ao longo dos anos também houve um processo de ressignificação das estratégias da Black Friday brasileira, com a prorrogação por 48 horas, a ressaca da Black Friday, e umas outras versões como a Black Saturday, a Red Friday, das Lojas Americanas, por exemplo, ou a Orange Friday, do Banco Inter.

O que você ainda não sabe sobre a origem da Black Friday

Taís: E, falando em ressignificação, um brasileiro chegou até a criar uns termos que colocavam em xeque se os descontos da Black Friday valem a pena ou não, porque esse início de relação, de vida da Black Friday no Brasil, teve também algumas turbulências aí. Tem alguma forma de a gente garantir que está comprando um produto de Black Friday com preço especial de Black Friday mesmo?

Carolina: É, pois é, por aqui, o público viveu as primeiras Black Fridays com a ideia de descontos não verdadeiros, Taís. Isso criou uma demanda por uma readaptação de todo o varejo para realizar descontos reais nos anos que se seguiram. Os brasileiros entendem a Black Friday como um período do ano com grandes descontos, que é quando eu posso comprar um produto mais caro, ou produtos que eu quero muito e eu estou economizando a um tempo para comprar nessa data. O que aconteceu é que com o consecutivo sucesso das edições de 2012, 2013, veio também muita reclamação. Uma delas era em relação ao prazo de entrega, por exemplo. A demanda era tão alta que as empresas demoravam muito para entregar os pedidos. Uma outra questão eram os acessos simultâneos que deixavam os servidores lentos, na época. Fora a maquiagem dos preços em si. Isso tudo de cara deu uma arranhada na imagem da Black Friday brasileira, lançando muitos dos sites do e-commerce no topo da lista das reclamações no Procon. Aí, para defender as suas próprias reputações, mas também a reputação da data em si, as empresas investiram, a partir de 2014, em ferramentas tecnológicas, logísticas, publicitárias, e na moralização da relação com os consumidores também, criando, por exemplo, um selo que chamava Black Friday Legal, distribuído pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico às empresas que se comprometessem em dar descontos reais ou banindo anúncios de empresas que maquiavam os preços.

Taís: Ótima informação essa do selo, hein, eu mesma vou ficar bem atenta ao Black Friday Legal esse ano, porque também sou filha de Deus, também vou fazer as minhas comprinhas na Black Friday. E, é muito interessante ver como, com o passar dos anos, as empresas foram se adaptando, o mercado foi se adaptando e surgiram também ferramentas que ajudam a impulsionar a Black Friday no Brasil.

Leticia: Nossa, super, Taís, e nossa, obrigada, Carol, pelo selo, viu? Eu amei também essa informação, também vou usar super. E aí, aproveitando o assunto, acho que dá para mencionar aqui também, que o Google, por exemplo, construiu ao longo do tempo uma relação maravilhosa com a data, ajudando varejistas a ampliar o alcance das suas ofertas e também ajudando os consumidores a encontrarem ofertas muito legais também lá nos produtos do Google Shopping.

Taís: Muito legal. Agora, Leticia, fala mais um pouco para gente, como que os brasileiros estão enxergando o termo Black Friday por aqui?

Leticia: Então, Taís, aqui no Brasil, o termo foi importado lá em 2010, sem nenhum tipo de adaptação ou tradução. Então, vale pontuar isso daí. Além da dificuldade de falar e de escrever o nome do inglês, com o tempo surgiram questionamentos, inclusive envolvendo questões raciais, algo que repercutiu bastante nos últimos anos, até devido ao fortalecimento necessário do movimento negro aqui no Brasil. Por esse e por outros motivos, alguns varejistas nacionais optaram por mudar o nome das campanhas do período, e aí, colocando títulos como, por exemplo, Semana de descontos, ou até Beauty Week. Eu entendo esse cuidado e afastamento das marcas, acho super razoável e eu pontuo aqui que eu acredito que pode estar presente também em outras ações afirmativas.

O que você ainda não sabe sobre a origem da Black Friday

Em um país que passou por tanto tempo, em um período tão obscuro como o nosso, eu acho que ainda tem muito espaço e necessidade para muitas discussões sobre esse assunto. Se, por um lado, a gente vê o termo Black associado a algumas questões negativas, como, por exemplo, o passado negro, para assunto de finanças, por exemplo, quando a gente acha que uma coisa é positiva, quando a gente fala de muito dinheiro, que é uma coisa boa, a gente fala grana preta, tem uma conotação positiva, certo? E, quando a gente olha ainda mais para termos 100% em inglês, que a gente também importou, então, olhando, vamos lá, para o termo whitelist e blacklist. Eles vêm sendo substituídos por allowlist e blocklist. Esses termos são utilizados com a conotação com a qual foram importados, que, originalmente, já era problemática. Mas, quando a gente olha para Black Friday, a conotação, historicamente, não é racista. Então, vale a gente ter isso também em mente. Essa tradução dos termos e como é que a gente importa os significados deles também conta bastante. Mas, olha, Taís, para falar a verdade para você, essa reflexão parece estar muito mais presente entre ativistas e varejistas, do que na mente dos próprios consumidores. Em uma pesquisa que a gente fez aqui com mil brasileiros conectados, entre os dias 21 e 23 de setembro desse ano, a gente viu que cerca de oito em cada dez brasileiros não enxerga nenhum problema com o nome ou nunca pararam para pensar sobre isso. Eu trouxe algumas porcentagens aqui, eu vou dividir com vocês, em relação ao termo Black Friday. Olha só. 58% dos brasileiros, dos respondentes dessa pesquisa, não mudariam o nome do evento se pudessem. 27% se incomodam com o termo estar em inglês, especificamente. 11% trocariam Black por um termo que não remetesse a cores e 4% trocariam Black por outra cor. Alguns pontos importantes dessa pesquisa: esses percentuais, eles não variam entre pessoas que se identificam como pretas ou pardas e o idioma, ele parece incomodar mais do que a cor, a possível polêmica racial. Então, acho que vale pontuar essas questões aí também sobre o coletivo, para além da nossa bolha publicitária, varejista e ativista também, como é que está o brasileiro, com relação a isso. Eu acho que o termo em inglês acaba incomodando muito mais aí.

Taís: Pois é, uma coisa que pouca gente no mundo corporativa sabe é que só 5% dos brasileiros falam inglês e só 1% é fluente. Então, são dados de 2013, de uma pesquisa do British Council com o Data Popular, mas é um percentual que não deve ter mudado muito de lá para cá. Então, sempre que a gente usa um nome ou uma expressão em inglês em uma comunicação, a gente precisa lembrar que está excluindo muita gente do entendimento e, provavelmente, está sendo elitista nesse processo. É claro que, no caso da Black Friday, por mais que as pessoas não necessariamente entendam o significado das palavras, o sentido geral já está mais que popularizado. Todo mundo está à espera desse momento no ano que apresenta boas oportunidades. Gente, a gente poderia ficar horas aqui falando sobre Black Friday e toda essa história que a Carol levantou, todos esses aspectos que a Leticia traz, e esse episódio que foi uma verdadeira aula está chegando ao fim. Carol, Leticia, muito obrigada por dividirem seu conhecimento com a gente. Espero encontrar com vocês logo menos.

Carolina: Meninas, foi muito bom conversar com vocês sobre isso. Leticia, obrigada pela troca. Taís, obrigada pela mediação e até mais. Beijo, beijo.

Leticia: Ai, gente, eu amei. Muito obrigada pelo convite, pelo espaço, mega importante estar aqui, contem comigo, viu?

Taís: E eu agradeço também você, que ficou com a gente para ouvir esse episódio, essa aula sobre o surgimento

O que você ainda não sabe sobre a origem da Black Friday

da Black Friday. Antes de ir embora, eu quero te dar uma última dica, aproveita que você já está por aqui e confere também os episódios anteriores, que estão disponíveis nas principais plataformas de áudio, está valendo muito a pena. É isso, pessoal. Eu me despeço por aqui. A gente se encontra logo mais em um episódio do Commerce Connections on Air.

M1: Commerce Connections on Air.

[00:20:45]