



**EXCELENTÍSSIMO (A) SENHOR (A) DOUTOR (A) JUIZ (A) DE DIREITO
DA VARA DOS FEITOS DE RELAÇÕES DE CONSUMO DA COMARCA DE
SALVADOR DO ESTADO DA BAHIA.**

IDEA/MPBA: Inquérito Civil n.º 003.9.29887/2021.

EMENTA: AÇÃO CIVIL PÚBLICA – CONSTATAÇÃO DE PRÁTICAS ABUSIVAS ENGENDRADAS PELA EMPRESA APPLE – PROMOÇÃO DE OFERTA ENGANOSA SOBRE A RESISTÊNCIA DOS IPHONES À ÁGUA – MODELOS DE IPHONE 7 A 13 – DESRESPEITO AO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO DA OFERTA – LIMITAÇÃO ILEGAL DA GARANTIA DE ADEQUAÇÃO DOS PRODUTOS – SUCESSIVAS NEGATIVAS DE REPARO EM ASSISTÊNCIAS TÉCNICAS AUTORIZADAS – DÉFICIT INFORMACIONAL ACERCA DE COMO FUNCIONA A COMPATIBILIDADE DO SISTEMA DE REDE E SINAL DOS IPHONES – INFORMAÇÕES ESSENCIAIS TRANSMITIDAS DE MODO TOTALMENTE INADEQUADO E INAPTO A ADVERTIR OS CONSUMIDORES DE QUE APARELHOS, ADQUIRIDOS NO EXTERIOR. NÃO FUNCIONAM ADEQUADAMENTE NO BRASIL – UTILIZAÇÃO DA JUSTIFICATIVA ILÍCITA *CAVEAT EMPTOR*, CONVERTENDO SEU DEVER DE INFORMAR EM OBRIGAÇÃO DOS VULNERÁVEIS INFORMAREM-SE – RELATOS DE QUE OS PREPOSTOS DA EMPRESA AINDA INDUZEM OS DESTINATÁRIOS FINAIS A ERRO, AFIRMANDO QUE CELULARES “ESTRANGEIROS” FUNCIONAM PERFEITAMENTE NO BRASIL – APLICAÇÃO INEQUÍVOCA DA TEORIA DA APARÊNCIA – COLOCAÇÃO, NO MERCADO DE CONSUMO, DE DIVERSOS IPHONES AFETADOS PELA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA – AMPLA CONDEÇÃO EM SEDE INTERNACIONAL (ITÁLIA, FRANÇA E ACORDO MILIONÁRIO NOS EUA) – QUANTIDADE MASSIVA DE RECLAMAÇÕES SOBRE PROBLEMAS NO “4G” E NA CONECTIVIDADE DOS APARELHOS IPHONE XR – PROTESTAÇÕES DE CONSUMIDORES BRASILEIROS E DE OUTROS PAÍSES (EUA E REINO UNIDO) – VÍCIOS QUE SE MANIFESTAM COM O USO DO APARELHO E, EM SUA GRANDE MAIORIA, APÓS UM OU DOIS ANOS DE USO, QUANDO JÁ FINDA A GARANTIA – LAUDOS, PRODUZIDOS PELAS PRÓPRIAS ASSISTÊNCIAS TÉCNICAS AUTORIZADAS

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



DA APPLE, CONSTATANDO QUE SE TRATA DE PROBLEMA ELETRÔNICO INTERNO NOS CELULARES – VÍCIO OCULTO EM “PLACA” OU “BANDBASE”, RESPONSÁVEL PELA RADIOFREQUÊNCIA DOS TELEFONES – CONDUTAS QUE MENOSCABAM DA DIGNIDADE DOS CONSUMIDORES E AVILTAM CONTRA AS NORMAS COGENTES DO CDC – DANO MORAL COLETIVO CONFIGURADO – PLEITO PELA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA – FARTA VEROSSIMILHANÇA – INCONTESTÁVEL HIPOSSUFICIÊNCIA TÉCNICA E FÁTICA DOS DESTINATÁRIOS FINAIS TUTELADOS FRENTE À MARCA DE PROPORÇÕES GLOBAIS – REQUISITOS DA ANTECIPAÇÃO DA TUTELA AMPLAMENTE CONFIGURADOS – PROCEDÊNCIA DESTA AÇÃO CIVIL PÚBLICA – EXTENSÃO DOS SEUS EFEITOS EM ÂMBITO NACIONAL.

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA**, por intermédio da Promotora de Justiça que, abaixo, subscreve, dando cumprimento à sua função institucional de zelar pela defesa dos direitos e interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos, diante do quanto previsto nos artigos 5º, inciso XXXII, 127, inciso III, e 170, V, da Carta Magna Brasileira, assim como com fulcro no artigo 138, inciso III, da Constituição do Estado da Bahia e, ainda, nos artigos 25, inciso IV, alínea “a”, e 72, inciso IV, alínea “b”, respectivamente, das Leis Orgânica Nacional e Estadual do Ministério Público - Lei Federal nº 8.625/93 e Lei Complementar nº. 11/96, que determinam a atuação do *Parquet* em prol daqueles interesses e, embasado no quanto previsto nos artigos 81, parágrafo único, incisos II e III, 82, inciso I, e 90, além dos artigos 1º, 3º, 4º, incisos I e III, 6º, incisos, II, III, IV e VI, 12, parágrafo 3º, 18, 24, 30, 31, 35, 37, parágrafos 1º e 3º, 39, incisos IV e V, 51, inciso I, todos do Código de Defesa do Consumidor Pátrio, por fim, com esteio no artigo 3º, da Lei Federal nº 7.347/85, diante das informações coletadas no **Inquérito Civil n.º 003.9.29887/2021**, vem, perante Vossa Excelência, propor:

AÇÃO CIVIL PÚBLICA

com pedido de tutela provisória de urgência antecipada, seguindo-se o rito previsto nos arts. 300 e seguintes da Lei n.º 13.105/15, em face de:

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

APPLE COMPUTER BRASIL LTDA. (“Apple”), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 00.623.904/0001-73, com sede na Rua Leopoldo Couto Magalhães Junior, nº 700, São Paulo/SP, CEP 04542-000, em decorrência dos seguintes pressupostos fáticos e jurídicos.

I – PRESSUPOSTOS FÁTICOS QUE NORTEIAM A PRESENTE AÇÃO CIVIL PÚBLICA.

A presente Ação Civil Pública (ACP) tem como fundamento o quanto obtido em sede do Inquérito Civil n.º 003.9.29887/2021, que reuniu provas de que fornecedora Apple vem cometendo práticas arbitrárias em detrimento dos interesses e direitos dos consumidores. Foram identificadas 05 (cinco) condutas deletérias, que aviltam os destinatários finais. A primeira abusividade trata-se da **promoção de várias publicidades enganosas** acerca das propriedades de resistência à água dos iPhones, fato que se repete desde os iPhone 7 até os modelos mais atuais, referentes aos iPhones 13 PRO¹.

A segunda é a **limitação indevida da garantia legal de adequação** dos iPhones “resistentes à água”, deixando quantidade massiva de clientes em total desamparo quando os aparelhos são danificados por líquidos, não importando se foram utilizados estritamente conforme as instruções do fabricante e se o requerimento de reparo se dá no prazo anual de garantia (referente a soma da garantia legal e contratual fornecida ao aparelho). A terceira prática, que decorre da anterior, refere-se às **sucessivas negativas de reparo em assistência técnicas autorizadas**. Os prepostos da Apple prevalecem-se da vulnerabilidade técnica dos destinatários finais para – além de excluir ilegalmente a responsabilidade pelo vício do produto sem cumprir com o que consta no art. 12, § 3º do CDC – compelir os clientes à aquisição de novos produtos em valores verdadeiramente absurdos.

A quarta prática consiste na efetiva **mácula ao dever de informar adequada e claramente os consumidores, nas ofertas, acerca de como funciona a**

¹ Modelos envolvidos: a partir do iPhone 7 até o iPhone 13 PRO.

compatibilidade de rede e sinal dos iPhones, fazendo com que diversos destinatários finais adquiram aparelhos que não são feitos para funcionar nas regiões onde residem. Assim, ocorrem prejuízos coletivos e até mesmo difusos, pois tal *déficit* informacional facilita a entrada de produtos não homologados pela ANATEL no Brasil. A quinta prática trata-se da **colocação, no mercado de consumo, de diversos iPhones com obsolescência programada**. A Ré incorreu nesta abusividade por duas vezes.

Primeiro em 2017, quando se utilizou de *softwares* para, sem avisar aos usuários, reduzir o desempenho de iPhones com a bateria já desgastada². A segunda vez que a Apple deu azo à obsolescência foi quando lançou os iPhones XR; aparelhos que, de forma sistêmica e em diversas partes do mundo, apresentaram vícios ocultos intermitentes de sinal e conectividade após um ou dois anos de uso, quando já havia se findado a garantia. Consequentemente, a Apple negou as hipóteses previstas no art. 18 do CDC e compeliu diversos adquirentes à aquisição precoce de novos aparelhos.

1. RELATO DOS FATOS QUE MOTIVARAM O PRESENTE INQUÉRITO CIVIL, BEM COMO DAS DILIGÊNCIAS INICIAIS.

O presente Inquérito Civil (IC) foi instaurado³, em 05 de março de 2021, após a Sra. Josele Anunciação Caldas encaminhar Representação⁴ questionando que os celulares “iPhone XR”, fabricados pela Apple, eram aparelhos eivados de vícios ocultos por inadequação. Em síntese, a interessada narrou que seu aparelho, adquirido nos Estados Unidos (EUA), começou a apresentar incontáveis falhas⁵ de sinal e conectividade meses após completar 01 (um) ano de uso, quando já havia se findado a garantia. Aduziu que levou o aparelho a uma Assistência Técnica autorizada, situada em Salvador/BA, que constatou, expressamente na Ordem do Serviço, que o problema era proveniente de “defeito na bandbase” (placa lógica). Porém, após

² Modelos envolvidos: iPhone 6, iPhone 6 PLUS, iPhone SE (1ª Geração); iPhone 7 e iPhone 7 PLUS. O software que reduzia o desempenho dos celulares foi aplicado, sem os consumidores saberem, somente nos aparelhos que já estavam acometidos por problemas de bateria.

³ Conferir Portaria de Instauração nas fls. ID MP 2423730 (Pág. 1 a 6).

⁴ Conferir Notícia de Fato nas fls. ID MP 2293888 (Pág. 1 a 12).

⁵ Conforme a Noticiante: “perda do sinal 4G, queda para 3G, depois ausência de sinal da operadora. Ausência de dados móveis. Em determinados momentos, quando o aparelho consegue sinal, a ligação apresenta ruído na linha e depois o aparelho fica mudo, perdendo-se completamente qualquer tipo de sinal”. Conferir fl. ID MP 2293888 (Pág. 2).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



várias tentativas e promessas de reparo, a Apple negou o conserto ou troca do iPhone, mesmo tendo sido identificado vício oculto, hipótese em que deveria incidir o art. 26, II, § 3º do CDC.

Inconformada, a consumidora resolveu averiguar, sobre o vício *supra*, na internet, encontrando uma multiplicidade de relatos semelhantes ao seu caso; tanto em aparelhos comprados nos EUA (modelo A1984), quanto em aparelhos adquiridos em território nacional (modelo A2105). Assim, remeteu denúncia ao MPBA, instruindo-a com **uma lista de 10 (dez) ocorrências – envolvendo ambos modelos**⁶ – nas quais a Apple supostamente haveria reconhecido o vício oculto e procedido com a troca. Também informou a existência de **um grupo de “WhatsApp”⁷, denominado de “iPhone XR sem 4G”, contendo mais de 125 (cento e vinte cinco) pessoas** com os mesmos infortúnios. Além desses e de outros documentos⁸, a noticiante encaminhou **Ação Coletiva**⁹ **proposta nos Estados Unidos contra a Apple**, justamente em virtude de problemas de sinal/conectividade no IPHONE XR.

Em 23 de julho de 2021, como resultado da primeira pesquisa promovida pelo MPBA, exarou-se certidão¹⁰ atestando a junção de **100 (cem) novas protestações** em desfavor da Ré, extraídas dos sítios “Consumidor.gov” e “Reclame.Aqui”. Uma parcela dos reclames versava exatamente sobre as situações trazidas na Notícia de Fato¹¹. Contudo, também foi verificada uma quantidade massiva protestações relatando que a Apple, nas mais variadas publicidades, **prometia que os iPhones seriam resistentes à submersão temporária em água em certas profundidades**; porém, no dizer dos consumidores, contatos ínfimos com líquidos (gotas de chuva ou respingos de piscina, por exemplo) já eram aptos a inutilizar completamente os aparelhos. Não sendo o suficiente, os clientes, que vivenciaram esse problema, mencionaram que, ao levarem seus iPhones à assistência autorizada, dentro do prazo de garantia legal, tiveram o pedido de reparo negado, sob o argumento contraditório de

⁶ Números de identificação dos casos junto a Apple: 101093382761; 101095250457; 101076552977; 101244570720; 101208594963; 101252638181; 101225067047; 101213389591; 101208558354; 101256693461. Conferir fl. ID MP 2293888 (Pág. 4).

⁷ Conferir fl. ID MP 2293888 (Pág. 4 e 5).

⁸ A noticiante também forneceu ao *Parquet* capturas de tela dos e-mails trocados com a Apple, bem como das conversas no citado grupo de WhatsApp citado, aonde consta que algumas pessoas conseguiram ser ressarcidas após vasta insistência. Conferir ID MP 2293888 (Pág. 5 e 6).

⁹ Conferir a respectiva Ação nas fls. ID MP 2293871 (Pág. 1 a 39).

¹⁰ Conferir Certidão na fl. ID MP 3303259 (Pág. 1).

¹¹ Aparelhos IPHONES XR, comprados nos EUA ou mesmo no BRASIL, com diversos e repentinos problemas de conectividade e funcionamento – que surgiam quase sempre após um ou dois anos de uso.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

que a **“garantia da Apple” não cobre NENHUM dano provocado por líquidos**, muito embora as propagandas prometam resistência à água.

1.1. BREVE DETALHAMENTO DAS PROTESTAÇÕES ENVOLVENDO IPHONES XR ADQUIRIDOS NO EXTERIOR.

Semelhante à NF, pode-se citar o caso do Sr. Marcos, que, na data de 04/12/2018, adquiriu um exemplar em loja da Apple na Flórida; utilizou o telefone por cerca de um ano e meio “sem qualquer intercorrência” e, em junho de 2020, o aparelho “deixou de originar, bem como receber quaisquer chamadas de voz, bem como de servir-se dos dados móveis (sic)”¹². No mesmo seguimento, têm-se os relatos dos Srs. Jones e Claudinei. O primeiro afirmou que seu IPHONE XR, que possuía apenas 2 anos de uso, estava sendo utilizado normalmente “quando no instante seguinte parou de funcionar” o 3G, 4G e sinal de celular¹³. O segundo, por sua vez, asseverou: “Ganhei de presente um iPhone XR que veio dos Estados Unidos [...] Durante o primeiro ano de funcionamento dele, tudo funcionou da melhor forma possível. Ressalto que não tive nenhum problema. Após o termino da garantia, “ele começou a apresentar problema com o sinal da operadora [...] não conseguia efetuar e muito menos receber ligações, enviar/receber SMS, usar dados móveis [...]”¹⁴.

De mais a mais, uma consumidora, de prenome Renata, narra: “em meados de 10/11/2020 meu iphone XR 128 modelo A1984 número de série FK1NNFDDKXKY parou de funcionar dados e voz, ele funcionava perfeitamente desde 2018 quando foi adquirido (sic)”¹⁵. Fato semelhante ocorreu com um consumidor paulista, cuja reclamação teve como alicerce a seguinte narrativa: “Eu tenho um iphone XR de 64 Gb. O aparelho foi comprado nos EUA em novembro de 2018, há duas semanas [a reclamação foi publicada em 08/05/2020] ele está oscilando a conexão com a operadora, não funciona 4G nem 3G, só no Wifi”¹⁶. Citando mais um exemplo, agora de Jundiá/SP, fora asseverado: “comprei meu Iphone XR em 17 de Dezembro de 2018 nos USA. No dia 19 de outubro de 2020 o celular deixou de funcionar a

¹² Conferir fl. ID MP 3303257 (Pág. 10).

¹³ Conferir fl. ID MP 3303257 (Pág. 9).

¹⁴ Conferir fl. ID MP 3303257 (Pág. 40).

¹⁵ Conferir fl. ID MP 3303257 (Pág. 45).

¹⁶ Conferir fl. ID MP 3303258 (Pág. 44 e 45).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

rede 3G/ 4G sem motivo algum”¹⁷.

Relevante mencionar outro episódio narrado por uma usuária da capital paulista. A mesma comunica ter adquirido, em outubro de 2018, dois IPHONES XR na “Apple Flórida Mall”. Ambos dispositivos funcionavam perfeitamente até o final de 2020, quando “um deles começou a ter problemas de sinal. Não ligava e não recebia chamadas. Caía sinal 4G”. *A posteriori*, o outro aparelho apresentou os mesmos problemas e a destinatária final ainda menciona que a própria fornecedora reconheceu vício: “Depois de fazer tudo que me foi orientado pelo suporte Apple, levei em uma autorizada. Fui informada de que vários XRs já foram levados para lá com o mesmo problema: baseband danificada. Disse que pode ser um problema no lote.”¹⁸

Como se faz notório, a mera síntese de todos os episódios relativos a aparelhos comprados no exterior já seria apta a prolongar demasiadamente essa exordial, sendo pertinente o exame minucioso dos demais casos de modo apartado e com o devido vagar¹⁹. **Entretanto, desde já é preciso destacar que a exata reiteração da mesma ocorrência/descrição (súbita manifestação de vícios de funcionamento, em um interregno de tempo semelhante e quase sempre fora da garantia fornecida) indica que os problemas de rede e conectividade, em tela, não são inerentes ao fato de o produto ser produzido nos EUA, mas que, efetivamente, os IPHONES XR possuem um vício oculto, cuja ascensão confere uma obsolescência programada à dita mercadoria. Tal aspecto ficará mais nítido com o decorrer do substrato fático.**

1.2. BREVE DETALHAMENTO DAS PROTESTAÇÕES ENVOLVENDO IPHONES XR ADQUIRIDOS NO BRASIL.

Além dos casos narrados acima, existe uma quantidade muito profícua de irresignações em que o destinatário final não menciona ter comprado o IPHONE XR no exterior, restando-se presumido que os respectivos aparelhos foram adquiridos em território nacional. O teor

¹⁷ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 105 a 107).

¹⁸ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 100 e 101).

¹⁹ Verificar, a exemplo, fls. ID MP 3303257 (Pág. 2); ID MP 3303258 (Pág. 39 a 41); ID MP 3303258 (Pág. 54 a 56).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



dessas outras exposições basicamente remonta as mesmas situações já trazidas, **sobretudo a descrição de que os vícios de conectividade surgem de modo repentino e após um ou dois anos de uso normal do aparelho, ou seja, sem que se percebam quaisquer problemas.** Não faltam exemplos citando essa linha de acontecimentos. A notar, uma consumidora de prenome Lea expõe: “Comprei meu cel em abril de 2019. Em agosto de 2020 já começaram os problemas. Raramente fazia e recebia ligações e a internet também não funcionava (exceto quando havia Wifi)”²⁰. Fato semelhante alude o Sr. Maurício, um outro usuário da marca Apple: “Realizei a compra de um iphone XR. E há mais ou menos um mês, começou a oscilar o funcionamento da transmissão de dados em 4g. Liguei na Apple [...] Eles me informaram que para a troca, como passou um mês da garantia [que possui duração de um ano], se eu pagar R\$ 2350, eles trocam (*sic*)”²¹.

Na mesma linha de raciocínio, uma cliente de prenome Adriana assevera que o seu aparelho “pouco antes de completar 13 meses apresentou defeito consistente em não emitir e nem receber chamadas por telefone, ressalvadas aquelas realizadas pelo whatsapp, unicamente por wi fi”²². Por sua vez, um usuário da capital mineira declarou ter comprado um IPHONE XR em 2018, logo após o lançamento, porém “Ao aproximar dos 12 meses de expiração da garantia, o aparelho começou a apresentar problemas de rede”²³. De forma semelhante, agora na cidade de Vargem Grande Paulista/SP, um cliente irrisignado protocolou a seguinte protestação: “Tenho meu iPhone XR á 1 ano e meio, mas Desde uns meses atrás estou tendo um problema em que não consigo utilizar a rede móvel dele, tanto o 4g/3g [...]”. Adiciona que “Já fui em uma autorizada da Apple e disseram que não sabem qual o problema que meu iPhone tem, dando uma única solução de reembolsar mais 2300 reais”²⁴.

Em outros casos, os destinatários finais, buscando razões que expliquem o motivo do IPHONE XR apresentar problemas após um ou dois anos de uso, aduzem, como supostas causas, as “atualizações do sistema”. É o que consta nas explicações de alguns consumidores²⁵, dentre os quais está o Sr. Roberto. O mesmo perfilha, em sua reclamação:

²⁰ Conferir fls. ID MP 3303257 (Pág. 15).

²¹ Conferir fls. ID MP 3303257 (Pág. 26).

²² Conferir fls. ID MP 3303257 (Pág. 29).

²³ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 19 e 20).

²⁴ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 34 e 35).

²⁵ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 69 a 71).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

“O meu aparelho celular da marca Apple, modelo Iphone XR, ao realizar a última atualização de software IOS 14 começou a apresentar problemas relacionados ao serviço de rede”. O respectivo cliente continua sua irrisignação sustentando que “A solução apresentada pela fabricante [...] é de que eu entregue o aparelho danificado e acrescente uma quantia de R\$ 2.600,00 [...] me sinto totalmente lesado, não tendo alternativa para resolver o problema apresentado por um vício oculto, com pouco tempo após o termino da garantia”²⁶.

Dessa célere exposição – a qual, frisa-se, não corresponde a totalidade de casos colhidos pelo MPBA²⁷ –, já se pode facilmente notar a existência de uma padronização nos reiterados relatos consumeristas, quase sempre suscitando que os aparelhos em debate (tanto aqueles provenientes dos EUA quanto os adquiridos em território nacional) possuem vício oculto que lhes acarreta obsolescência programada. Como foi dito no início deste tópico, presume-se que todos os reclames acima, cujos consumidores não mencionam expressamente que o produto controvertido foi adquirido nos EUA, referem-se de uma aquisição feita no Brasil. Afinal, para uma irrisignação protocolada em um site brasileiro de reclamações está é a regra e não a exceção.

De todo modo, ainda **existem relatos que afastam quaisquer dúvidas acerca da procedência brasileira (modelo A2105) do produto**. Trata-se dos episódios em que **i) o consumidor aduz expressamente ter comprado o produto em uma loja da Apple no Brasil, e mesmo assim o aparelho apresenta os vícios ocultos de conectividade; ii) ou quando é relatando que, após a Apple trocar o aparelho com vício oculto de conectividade, o problema volta a surgir no novo IPHONE XR que é fornecido pela própria empresa no Brasil**. São exatamente essas ocorrências que vieram a prejudicar o Sr. Jefferson, cuja reclamação elenca: “Possuo um Iphone XR, comprado no Brasil, há algum tempo, o smartphone começou a apresentar problema com o sinal de operadora fraco [...] Ao entrar em contato com o suporte foi feito acesso remoto no celular e feitos vídeos que

²⁶ Conferir fls. ID MP 3303257 (Pág. 16).

²⁷ Consultar diversos casos semelhantes aos narrados, onde o vício surge repentinamente em aparelhos após um ou dois anos de uso em: fls. ID MP 3303257 (Pág. 31, 37, 42, 44); ID MP 3303258 (Pág. 64 e 65; 79 a 81; 95 e 96; 241 e 242). Conferir também a menção do **vício oculto de conectividade em produtos novos ou recém comprados** nas fls. ID MP 3303257 (Pág. 30); ID MP 3303258 (Pág. 74 e 75; 257 a 559). Observar também outros **demais casos envolvendo problemas de conectividade** nas fls. ID MP 3303257 (Pág. 12); ID MP 3303258 (Pág. 24 e 25; 90 e 91; 112 e 113; 122 e 123; 127 e 128).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

mostravam o defeito. Após análise foi feita a troca do aparelho, e para minha surpresa o defeito continua”²⁸.

De forma semelhante, um destinatário final de São Paulo, que havia adquirido um IPHONE XR em junho de 2019, alega: “[...] em novembro entrei em contato com o suporte Apple para informar que o celular estava muito ruim em diversas ligações [...]”. Complementa que “no começo de janeiro [referindo-se a 2020] troquei o aparelho pó (sic) um do mesmo modelo, porém o esse novo aparelho começou a apresentar o mesmo problema e já tentei diversas ligações, já enviei arquivos de vídeos mostrando os problemas (sic)”²⁹. Em um outro episódio, ocorrido na mesma localidade *supra*, um cliente inconformado propala: “Meu aparelho desse modelo [referindo-se ao IPHONE XR] já foi substituído e apresenta os mesmos problemas do anterior”. Aduz ainda que “Já liguei inúmeras vezes para o suporte Apple e eles me disseram que irão substituir novamente”³⁰.

1.3. BREVE DETALHAMENTO DAS DENÚNCIAS ENVOLVENDO A AUSÊNCIA DA PROMETIDA RESISTÊNCIA À ÁGUA DOS IPHONES E AS NEGATIVAS DE REPARO POR PARTE DA EMPRESA APPLE.

Logo no início das apurações, o *Parquet* localizou propaganda³¹, veiculada pela Apple, em que o modelo iPhone XR era retirado de dentro de um reservatório de água e, paralelamente, estampava-se, de modo destacado: “é resistente à água ... Ufa!”. O anúncio sequer informava adequadamente os consumidores acerca dos limites técnicos de resistência, uma vez que a fornecedora, propositalmente, colocou somente em minúsculas notas de rodapé, sem nenhum destaque, a frase “Resistente à água até 1 metro de profundidade por 30 minutos”. Assim, na rápida visão do telespectador, que se atentasse somente para as imagens e textos principais, o sentido extraído da publicidade seria de que os celulares não seriam danificados pela água (seriam a prova d’água), até porque o aparelho estava sendo retirado de uma espécie de tanque repleto de líquido. Relevante pontuar que o anúncio

²⁸ Conferir fl. ID MP 3303257 (Pág. 11).

²⁹ Conferir fl. ID MP 3303258 (Pág. 29 e 30).

³⁰ Conferir fl. ID MP 3303258 (Pág. 118).

³¹ Conferir: https://www.youtube.com/watch?v=MpGe_vJAQAg&ab_channel=MagazineCompreCerto. Acesso em 13 de novembro de 2021.

também não pontuou nenhuma ressalva acerca da garantia dos aparelhos. Observem-se, *infra*, as capturas de tela da peça de Marketing:



Contudo, um cliente catarinense de prenome Helder, que, em setembro de 2020, investiu R\$ 3.499,00 (três mil, quatrocentos e noventa e nove) reais na aquisição de um IPHONE XR, comunicou: “No dia 19/12/2020 por acidente, o celular sofreu alguns respingos de água de piscina”, parando de funcionar posteriormente. Conforme narra o consumidor, a assistência técnica se escusou de reparar o aparelho sobre o pretexto do mesmo “apresentar dano líquido, não sendo possível receber em garantia (sic)”. Irresignado, o Sr. Helder aduziu: “todas as respostas que eu tenho é que simplesmente perdi a garantia... A empresa está me obrigando a simplesmente descartar o celular [...] Nunca submergi o telefone, o que ocorreu foi respingos de água”³².

Assemelha-se a essa ocorrência um episódio vivenciado por um destinatário final do

³² Conferir fl. ID MP 3303257 (Pág. 48).

Paraná, que reclamou com os seguintes dizeres: “Minha filha de 1 ano e 10 meses derrubou uma garrafa de água próximo ao aparelho e o mesmo acabou molhando. Alguns minutos depois começou aparecer os defeitos na tela. É um iPhone XR [...] tive como resposta que o aparelho não teria conserto, apenas troca por um novo no valor de 3.199,00”³³. Na mesma toada, um cliente de Santarém/PA protocolou a seguinte manifestação: “No dia 13/12/2020, no momento que eu estava escovando meus dentes, meu celular iPhone XR entrou em contato com a água sem querer, pois respingou no celular. Imediatamente a tela começou a ficar manchada pela água [...]”. Posteriormente, ao dirigir-se à assistência, foi negado o reparo do aparelho sob o argumento de que “a Apple não fornece reparo de dano por líquido, de forma alguma! [...] o técnico me informou que eu teria que realizar a troca completa do celular por um valor de R\$ 3.199,00 e eu infelizmente tive que pagar, por trabalhar com o meu celular diariamente”³⁴.

Além dos casos supramencionados, existem diversos relatos de que o menor contato com a chuva inutiliza totalmente o aparelho iPhone XR. Foi o que ocorreu com um consumidor de São Paulo, que perfilhou em sua reclamação: “há 7 MESES fiz a aquisição do aparelho pagando vastos R\$ 3.000 [...] Tomei uma chuva de 10 minutos como o aparelho no bolso e ele encharcou a tela ficou preta ou seja, aparelho praticamente inutilizado”. Destarte, “Fui até a autorizada visando ser ressarcido ou ao menos consertarem o aparelho, disse que não tem garantia para danos líquidos”³⁵. Por seu turno, outro cliente de São Paulo, cujo prenome é Gabriel, asseverou que o seu iPhone XR apresentou diversos problemas de funcionamento “[...] após ter sido molhado pela chuva dentro do bolso da calça, algo inevitável. Contudo, a assistência técnica se recusou a reparar o produto alegando que a garantia não faz a cobertura de danos causados por água”³⁶. Igualmente, um consumidor do Mato grosso do Sul comunicou que o seu aparelho entrou em pane “em seguida ao ínfimo contato com a água da chuva, e dentro de uma capa”³⁷.

Fora os demais casos cujo célere contato com a chuva já foi apto a inutilizar o produto,

³³ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 209 e 210).

³⁴ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 214 e 215).

³⁵ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 193 a 195).

³⁶ Conferir fls. ID MP 3303257 (Pág. 19).

³⁷ Conferir fls. ID MP 3303258 (Pág. 199 a 201).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

somatizam-se **episódios nos quais o consumidor pontua nunca ter submergido o aparelho em água, ou então nunca ter permitido que o celular se expusesse a qualquer contato com líquido**, e mesmo assim a assistência técnica aduz que o aparelho está danificado por essa razão e que perdeu a garantia. A título de exemplo, uma consumidora baiana de prenome Ana alegou: “comprei um Iphone XR a apenas 7 meses, sempre fiz bom uso do aparelho e NUNCA submergir o aparelho a água ou qualquer outro tipo de líquido. E no dia 18/04 o aparelho começou a apresentar problemas sem nenhum motivo aparente”. Assim, após remeter o respectivo celular para a central de assistência da Apple, “Recebi o retorno do suporte da empresa alegando que o aparelho havia ‘indicador de contato de líquido interno ativo’ e que meu produto está fora da cobertura, que seria necessário pagar pelo reparo (\$3.199) [...]”. Indignada, a adquirente atestou: “como disse anteriormente o celular NUNCA havia sido submergido a água, tem apenas 7 meses de uso [...] sendo observado na própria estética do celular que não possui nenhuma marca de uso e saúde da bateria de qualidade”³⁸.

2. DA ALEGAÇÃO DA EMPRESA APPLE E DAS EFETIVAS CONSTATAÇÕES ACERCA DO VÍCIO INFORMACIONAL NAS OFERTAS DOS IPHONES (NO GERAL) E DA OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA EM IPHONES XR.

Aduziu que a Apple e seus representantes só comercializam no Brasil celulares homologados pela ANATEL e compatíveis com a rede nacional. Também colacionou captura de tela demonstrando que – nas minúsculas notas de rodapé das especificações técnicas dos produtos comercializados em seu *site* – há uma “recomendação” para que o consumidor, antes de adquirir o iPhone, analise a compatibilidade da rede de cada país e operadora. Nesta nota de rodapé existe um *link* que redireciona o leitor para uma outra página do *site* da Apple, onde consta todos os modelos fabricados no mundo e as respectivas frequências e locais em que são compatíveis. Assim, a corporação multicitada aduziu que “Quando o consumidor opta por adquirir um aparelho celular no exterior ou um aparelho importado sem a devida homologação pela ANATEL, **este se sujeita ao risco de o aparelho não ser compatível com a rede de telefonia e dados móveis brasileira**” (grifos da manifestante)³⁹. Asseverou que a Apple

³⁸ Conferir fl. ID MP 3303257 (Pág. 32).

³⁹ Trecho extraído da Manifestação da Ré. Conferir fl. ID MP 3683690 (Pág. 10).

não colocou o produto no mercado nacional, portanto não há o que se falar acerca de uma suposta responsabilidade, sobretudo porque a empresa informa sobre a conectividade de modo "detalhado" e "ostensivo" no seu *site*.

Finalizados os argumentos da Apple, frisa o MPBA que as conjecturas levantadas por essa multinacional são totalmente alheias à realidade. Primeiro, a Apple insistiu em afirmar que o problema da Noticiante Josele Anunciação Caldas seria decorrente do fato do seu iPhone ser incompatível com a rede nacional e por ter sido submetido a "mau uso". Porém a multinacional ignorou que o aparelho foi utilizado por mais de um ano sem problemas no Brasil, vindo a apresentar falhas intermitentes somente após a garantia e em virtude de "DEFEITO NA BANDBASE", a ÚNICA causa que consta EXPRESSAMENTE POSTA NO LAUDO da assistência técnica (inexiste no documento os termos "Mau uso", "celular americano", "celular não homologado", "ANATEL" ou quaisquer outros termos semelhantes que minimamente confirmassem o que a Apple subjetivamente sustenta). A peça interna viciada, chamada "Bandbase" (placa lógica), tem relação com a "frequência de rede" dos iPhones XR e com as antenas MIMO 2X2 por eles utilizadas.

A Representação guarda conexão com a Ação Coletiva americana, onde os demandantes alegam justamente que os problemas de sinal e conectividade decorrem de falhas dessa tecnologia MIMO 2X2. O Parquet ainda localizou uma segunda Ação Coletiva movida nos EUA em virtude de problemas de sinal e conectividade em iPhones XR. Por conseguinte, a mera alegação da Apple de que as antenas MIMO 2X2 são adequadas porque são utilizadas em outros iPhones não constitui nenhum óbice ao fato de que, aquelas que estão nos iPhones XR, estejam eivadas de vício. Inclusive porque outros iPhones que usam a MIMO 2x2 já apresentaram vícios ocultos que ocasionaram falhas de sinal e conectividade, problemas iguais àqueles narrados pelos usuários de iPhone XR. Foi o que ocorreu, por exemplo, com os iPhone 7, que possuem a multicitada tecnologia e apresentaram, com o tempo de uso, tantas falhas de sinal que a Apple viu-se obrigada a proceder com *Recall*. Do próprio *site* da Ré se extrai que uma porcentagem dos "[...] iPhone 7 pode mostrar "Sem serviço" na barra de status (mesmo se a cobertura de celular estiver disponível), devido a um

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



componente que falhou na **placa lógica principal**⁴⁰.

Para além de todo o exposto, não são somente os iPhones XR americanos (A1984) apresentam problemas de sinal e conectividade. Existem várias reclamações em que os consumidores afirmam ter comprado iPhones XR nacionais (A2105) junto a Apple e, mesmo assim, os produtos manifestaram vícios ocultos de sinal e conectividade após determinado tempo de uso. Em alguns casos, os destinatários finais ainda relatam que a Apple chegou a realizar a substituição do celular, porém os novos iPhones XR voltaram a apresentar problemas ocultos de sinal e conectividade com o tempo⁴¹. Também existem processos individuais nos quais a Apple foi compelida a reparar iPhones XR nacionais com os mesmos problemas ocultos narrados⁴². Não somente isso, no Reino Unido, onde é vendido exatamente o mesmo modelo utilizado para a frequência no Brasil (A2105)⁴³, houveram tantas reclamações sobre vícios de sinal e conectividade que a Apple chegou a se pronunciar publicamente afirmando que mitigaria o problema⁴⁴. Insuficiente o já exposto, o próprio *site* da Apple possui uma

⁴⁰ Tradução livre, pois a informação foi retirada do *site* americano da Apple, no respectivo link: <https://support.apple.com/iphone-7-no-service>. Acesso em 15 de novembro de 2021. Trecho original que foi traduzido: "[...] percentage of iPhone 7 devices may show "No Service" in the status bar (even if cellular coverage is available), due to a component that has failed on the main logic board". Sobre a questão do Recall, também consultar *sites* de notícia, a exemplo: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/02/falha-no-iphone-7-deixa-celular-sem-servico-mesmo-em-area-de-cobertura.ghtml>. Acesso em 15 de novembro de 2021.

⁴¹ "Possuo um Iphone XR, comprado no Brasil, há algum tempo, o smartphone começou a apresentar problema com o sinal de operadora fraco [...] Ao entrar em contato com o suporte foi feito acesso remoto no celular e feitos vídeos que mostravam o defeito. Após análise foi feita a troca do aparelho, e para minha surpresa o defeito continua". Consultar fl. ID MP 3303257 (Pág. 11). Existem outros exemplos.

⁴²(TJSP; Recurso Inominado Cível 1010997-84.2020.8.26.0564; Relator (a): Carlo Mazza Britto Melfi; Órgão Julgador: 2ª Turma Cível; Foro de São Bernardo do Campo - Vara do Juizado Especial Cível; Data do Julgamento: 26/03/2021; Data de Registro: 26/03/2021). Trecho retirado da ementa: "**Dificuldades de conexão do aparelho original e daquele que o substituiu**. Ausência de indícios de problema oriundo da operadora de telefonia móvel. Verossimilhança das alegações da autora (art. 6º, VIII, do CDC). Ausência de juntada de laudo técnico pela empresa requerida. **Vício constatado. Recurso provido, para julgar a demanda procedente, determinando-se a restituição dos valores pagos, com os devidos acréscimos, mediante devolução do aparelho**" (grifos nossos). Trecho retirado do Voto do Relator: "**A autora adquiriu aparelho celular modelo IPHONE XR, 64GB, cor branca, ESN/IMEI nº000353082102197622, na loja da operadora Claro**" (grifos nossos).

⁴³ Conferir documento apresentado pela própria Apple que demonstra que o modelo A2105 é usado no Brasil e no Reino Unido ID MP 3683694 (Pág. 20 a 23).

⁴⁴ Conferir livre tradução da notícia veiculada pela BBC NEWS do Reino Unido: "O iPhone XR perdeu completamente o sinal várias vezes ao dia, disseram alguns clientes da O2 no Twitter. **Muitos clientes não conseguiram fazer e receber chamadas ou enviar e receber mensagens de texto. Eles também têm lutado para obter uma conexão de internet 4G confiável, tornando aplicativos como Facebook e Instagram redundantes, a menos que haja wi-fi.** [...] A Apple disse que o problema será resolvido em um novo lançamento de software. 'Estamos cientes de um problema que causa conectividade de rede intermitente e afeta alguns clientes da O2, e teremos uma correção em um próximo lançamento de software', disse a empresa". Conferir Trecho original em: <https://www.bbc.com/news/technology-51008775>. Acesso em 15 de novembro de 2021. Conferir também outros sites noticiando esses mesmos fatos: "Apple e a operadora britânica O2 confirmaram que alguns usuários do iPhone XR atualmente não conseguem obter sinal. **Mas, curiosamente, o problema só parece afetar aqueles com iPhone XR.** O problema **impede que os usuários façam ou recebam**

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

comunidade para usuários de iPhone comunicarem-se e tirarem dúvidas entre si, existindo inúmeros relatos de iPhones XR brasileiro (A2105) com o multicitado vício⁴⁵.

Em síntese, como se pode vislumbrar, os modelos de iPhone XR feitos, para funcionar nos EUA (A1984), apresentam problemas de sinal e conectividade quando lá são utilizados. *Pari Passu*, os modelos de iPhone XR feitos para funcionar no Brasil e no Reino Unido (A2105) também apresentam falhas de sinal e conectividade quando são utilizados nos seus respectivos territórios. **Portanto, não há o que se questionar acerca de que os vícios, aqui mencionados, decorrem da falta de compatibilidade dos iPhones com suas respectivas regiões, sobretudo porque, caso essa afirmativa fosse verdadeira, tratar-se-iam de falhas momentâneas (por estar se usando o aparelho onde não deveria) e não de falhas intermitentes e que pioram com o passar do tempo.**

3. DAS INFORMAÇÕES ENCAMINHADAS PELO PROCON-SP E PELA SENACON: NOVAS PROVAS ACERCA DAS PRÁTICAS ABUSIVAS E A EFETIVA CONSTATAÇÃO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA EM IPHONES ANTIGOS.

Tendo em vista que a Ré, no seu primeiro pronunciamento, limitou-se a rebater somente a Notícia de Fato que instrui esse Inquérito, sequer se manifestando sobre as 100 (cem) reclamações que já estavam justapostas aos autos, o *Parquet* reputou necessário aditar a investigação⁴⁶ e realizar pesquisas mais profícuas acerca: I) da “resistência dos iPhones à água”, II) dos diversos relatos de negativa indevida de reparo nas assistências técnicas autorizadas, III) bem como da nítida mácula ao direito à informação adequada sobre como funciona a compatibilidade de rede e sinal dos iPhones. Quanto aos vícios ocultos de sinal e conectividade em iPhones XR, como já estava claro que se tratavam de problemas sistêmicos – decorrentes sobretudo de “DEFEITOS NA BANDBASE” ou “PLACA”, relacionados à tecnologia

chamadas, enquanto a conectividade de dados 4G também é afetada, de acordo com a BBC”. (traduzido e sem ênfases no original). Conferir trecho original em: <https://www.imore.com/apple-confirms-some-iphone-xr-users-o2-cant-get-signal-anymore>. Acesso em 15 de novembro de 2021.

⁴⁵Conferir: <https://communities.apple.com/pt/thread/250366994>; <https://communities.apple.com/pt/thread/251362744>; <https://communities.apple.com/pt/thread/251190356>; <https://communities.apple.com/pt/thread/251032930>; etc. Acessos em 15 de novembro de 2021.

⁴⁶ Conferir a primeira Portaria de Aditamento nas fls. ID MP 3768983 (Pág. 1 a 5).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

MIMO 2X2 – foi elaborado Termo de Ajustamento de Conduta (TAC)⁴⁷ e remetido à Apple. Porém, como será mencionado mais a frente, a Ré não aquiesceu a proposta do MPBA.

Em 02 de setembro de 2021, como resposta aos Ofícios enviados por esta PJC, a **Fundação PROCON-SP** remeteu 81 (oitenta e uma) denúncias, formalizadas em seu sistema, sobre “vícios em iPhones XR”. O dito Órgão encaminhou o **extrato que continha não só o teor dos reclames, mas diversos dados para se identificar e localizar os reclamantes, a sua compra, o aparelho questionado e as tentativas de solução extrajudicial já encetadas**. Do quanto total, pelo menos **32 (trinta e duas) irresignações** versavam sobre problemas relativos à “resistência à água dos iPhones”. Foi muito replicado que, embora a Apple afirmasse que os modelos iPhone XR suportam a submersão, por 30 minutos, em até um metro de profundidade, várias situações que JAMAIS se aproximam desses limites já comprometem severamente o funcionamento dos celulares. É o caso do contato com RESPINGOS de água⁴⁸ (de torneira⁴⁹ ou piscina, por exemplo). Assim como a exposição rápida à chuva⁵⁰ (mesmo com os iPhones guardados nos bolsos das roupas⁵¹), ou em profundidades ínfimas⁵², ou ainda em quantidades irrisórias de água⁵³, etc⁵⁴.

Para todos esses casos, os usuários narraram que a Apple negou qualquer tipo de reparo. Porém, mais gravoso que isso foi o fato de que muitos consumidores tiveram toda garantia excluída em virtude de supostos “danos provocados por líquidos”, sendo que NUNCA SEQUER MOLHARAM SEUS APARELHOS⁵⁵. Esses destinatários finais aduziram que as

⁴⁷ Conferir minuta inicial do TAC nas fls. ID MP 3769012 (Pág. 1 a 6).

⁴⁸ Examinar as Reclamações: 35001003201944313 (ID MP 3989533 - Pág. 33); 35001003201063635 (ID MP 3989533 - Pág. 64 e 65); e 35001003201052893 (ID MP 3989533 - Pág. 66 e 67).

⁴⁹ Reclamação 35001003202030700 (ID MP 3989533 - Pág. 24 e 25).

⁵⁰ Reclamação 35001003201955757 (ID MP 3989533 - Pág. 32 e 33).

⁵¹ Reclamação 35001003201765127 (ID MP 3989533 - Pág. 39 e 40).

⁵² Reclamação 35001003201108621 (ID MP 3989533 - Pág. 59 e 60).

⁵³ Reclamação 35001003201761277 (ID MP 3989533 - Pág. 40); Reclamação 35001003201026313 (ID MP 3989533 - Pág. 68 e 69).

⁵⁴ Conferir também as seguintes Reclamações: 350001003210138931 (ID MP 3989533 - Pág. 9 e 10); 35001003202055897 (ID MP 3989533 - Pág. 22 e 23); 35001011201990570 (ID MP 3989533 - Pág. 27 e 28); 35001003201843113 (ID MP 3989533 - Pág. 37 e 38); 35001003201232867 (ID MP 3989533 - Pág. 52 e 53); 35001003201188281 (ID MP 3989533 - Pág. 54 e 55); 5001003201146540 (ID MP 3989533 - Pág. 55 e 56); 35001003201132307 (ID MP 3989533 - Pág. 56 e 57); 35001003201133657 (ID MP 3989533 - Pág. 57 e 58); 35001003201096142 (ID MP 3989533 - Pág. 60 e 61); 35001002201094747 (ID MP 3989533 - Pág. 61); 35001003201037003 (ID MP 3989533 - Pág. 68); e 3500100201018808 (ID MP 3989533 - Pág. 69 e 70).

⁵⁵ Verificar as Reclamações: 35001002201035599 (ID MP 3989533 - Pág. 67 e 68); 35001003210272254 (ID MP 3989533 - Pág. 5); 35001003201195893; e 35001003201296852 (ID MP 3989533 - Pág. 50 e 51).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

assistências técnicas se pautavam em um “sensor”, que apenas detecta a presença de líquido no interior do celular, porém sem nunca trazer nenhum dado que comprovasse que os limites de resistência à água do iPhone foram infringidos (comprovasse que houve submersão acima de trinta minutos em água ou uso em profundidades superiores a um metro)⁵⁶.

Alguns adquirentes afirmam que chegaram a **questionar se o aparelho poderia estar intrinsecamente viciado, porém isso nunca era levado em consideração, como se fosse impossível um iPhone ter um problema na fabricação relativo à resistência à água**⁵⁷. Em outros termos, denota-se dos relatos que, estando o sensor de água ativo, a garantia automaticamente era excluída, sem mais explicações que efetivamente comprovassem que houve mau uso dos aparelhos⁵⁸. Ainda teve relato de que os prepostos da Apple mencionaram que trocariam o celular, o levaram para uma sala sem a presença do consumidor para “fazer novas observações” e, a partir de então, passaram a alegar que constataram “danos por líquidos”⁵⁹.

Outrossim, não se pode olvidar, pelo menos **6 (seis) irresignações**, do total encaminhado pelo PROCON-SP, abordaram a questão pertinente às falhas de sinal e conectividade em iPhones XR. Nesse contingente, os consumidores narraram, nos casos envolvendo celulares adquiridos nos EUA⁶⁰, que utilizaram os aparelhos normalmente em território nacional até o momento em que os vícios ocultos emergiram, o que pode ocorrer de modo gradual, mas comprometendo os aparelhos geralmente entre um e dois anos de uso⁶¹. Por outro lado, também tiveram casos envolvendo aparelhos nacionais⁶². Os reclamantes frisaram que as assistências técnicas sempre mencionam que falhas de sinal e conectividade em iPhones XR **são ocorrências frequentes**⁶³.

⁵⁶ Reclamação 35001003210311180 (ID MP 3989533 - Pág. 4).

⁵⁷ Reclamação 35001003210119851 (ID MP 3989533 - Pág. 11 e 12).

⁵⁸ Reclamação 35001003210032311 (ID MP 3989533 - Pág. 19 e 20). Conferir ainda: Reclamação 35001003201983722 (ID MP 3989533 - Pág. 25 e 26). Reclamação 35001003210073080 (ID MP 3989533 - Pág. 14 e 15); Reclamação 35001008201015917 (ID MP 3989533 - Pág. 70 e 71).

⁵⁹ Reclamação 35001003201060015 (ID MP 3989533 - Pág. 65 e 66).

⁶⁰ Reclamação 35001003201561354 (ID MP 3989533 - Pág. 44 e 45).

⁶¹ Reclamação 35001003201472937 (ID MP 3989533 - Pág. 49).

⁶² Verificar as Reclamações 35001003210068785 (ID MP 3989533 - Pág. 16 e 17); 35001003201981494 (ID MP 3989533 - Pág. 28 e 29); e 35001003201321912 (ID MP 3989533 - Pág. 49 e 50);

⁶³ Reclamação 35001003201991077 (ID MP 3989533 - Pág. 26 e 27).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

Dando continuidade às diligências do IC, no dia 20 de setembro do mesmo ano, este Órgão Ministerial recebeu Ofício da Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON)⁶⁴, que também havia sido instada a prestar informações sobre o quanto deliberado neste procedimento. A SENACON afirmou que a Apple está sendo submetida a processo administrativo, instaurado *ex officio*, para fins de apurar prática de “**obsolescência programada dos aparelhos ‘Iphones’ e/ou desgaste intencional das baterias dos aparelhos da empresa**”. Este processo havia sido arquivado, mas foi atualmente reaberto, dado que “analisando o cenário internacional, a conduta da empresa Apple Computer Brasil Ltda. foi amplamente reprovada em diversos países, o que resultou em multas elevadas e o próprio reconhecimento de culpa pela fornecedora”⁶⁵.

Ainda conforme a SENACON, **a reprovabilidade da conduta da Ré resultou em condenações na Itália, no importe de € 10.000.000,00 (dez milhões) de euros, e na França, no valor de € 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões) de euros. Também foi celebrado um acordo de cerca de US\$ 500.000.000,00 (quinhentos milhões) de dólares nos Estados Unidos.** Ao proceder com mais perquirições, o MPBA descobriu que o caso, em tela, é mundialmente conhecido como “Batterygate”. Conforme veiculado em incontáveis sítios eletrônicos⁶⁶, inclusive internacionais⁶⁷, no final do ano de 2017, a Apple assumiu publicamente que, de maneira proposital e velada dos consumidores, utilizou de atualizações de *software* para reduzir a performance e a velocidade de diversos iPhones antigos (modelos: iPhone 6, iPhone 6 PLUS, iPhone SE; iPhone 7 e iPhone 7 PLUS) que estivessem com a bateria gasta. Tal conduta teria sido feita para supostamente impedir que os aparelhos sofressem apagões e desligamentos repentinos, os quais, segundo a Apple, poderiam vir a ocorrer após alguns anos de uso do celular e o desgaste natural das baterias.

⁶⁴ Conferir Ofício da SENACON nas fls. ID MP 4145844 (Pág. 1 a 14).

⁶⁵ Conferir ID MP 4145844 (Pág. 1).

⁶⁶ Conferir: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2017/12/21/apple-admite-deixar-iphone-mais-lento-conforme-bateria-vai-se-deteriorando.htm>; <https://super.abril.com.br/tecnologia/apple-admite-que-reduz-a-velocidade-de-iphones-antigos/>; <https://veja.abril.com.br/economia/apple-diz-que-iphones-ficam-mais-lentos-com-o-passar-do-tempo/>; <https://exame.com/tecnologia/apple-vai-pagar-us-113-milhoes-por-deixar-iphones-antigos-mais-lentos/>; <https://www.terra.com.br/economia/apple-admite-reduzir-velocidade-de-iphones-antigos,a2338eef18931fc97e5d2cc55b59431aodvb21ef.html>; etc.

⁶⁷ Conferir: <https://www.bbc.com/news/technology-54996601>, etc.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

4. DAS DILIGÊNCIAS FINAIS DO INQUÉRITO CIVIL QUE EMBASA A PRESENTE MEDIDA JUDICIAL COLETIVA.

4.1. DA REUNIÃO TELEPRESENCIAL E OITIVA DE DIVERSOS CONSUMIDORES LESADOS: OBTENÇÃO DE MAIS PROVAS ACERCA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA EM IPHONES XR, BEM COMO DO VÍCIO INFORMACIONAL NAS OFERTAS.

Ainda em 21 de setembro de 2021, o MPBA localizou o grupo de *Whatsapp*, denominado “iPhone XR sem 4G”, que constava na Notícia de Fato que deu início a este Inquérito Civil. Conforme Certidão⁶⁸, exarada na mesma data *supra*, os integrantes do grupo – correspondentes a um total de **128 (cento e vinte e oito) pessoas** à época –, além de continuarem a reclamar dos problemas de conectividade e sinal em iPhones XR, possuíam o interesse de serem ouvidos pelo Ministério Público. Foi designada audiência virtual com 29 (vinte e nove) desses consumidores; sendo a Apple convidada a participar. Esta multinacional, porém, optou por não comparecer, requerendo a realização de uma outra assentada telepresencial sem a presença dos destinatários finais⁶⁹.

A Reunião com os usuários de iPhone XR ocorreu em 28 de outubro do ano vigente. Conforme se extrai da Ata, inicialmente foi concedida a palavra ao consumidor **Sérgio Ciccone Vieira**, que narrou episódio praticamente idêntico àquele contido na Notícia de Fato que motivou esse Procedimento. Também mencionou – através de sua advogada, que se fazia presente – ter intentado ação judicial contra a Apple, que fora julgada parcialmente procedente, reconhecendo-se a ocorrência de vício oculto. Frisou que o pleito foi fundamentado, dentre outros aspectos, na obsolescência programada praticada pela empresa fabricante. Posteriormente à fala do primeiro consumidor, a equipe que integra a 5ª PJC questionou se algum dos presentes havia adquirido o iPhone XR no Brasil, sendo feita afirmação positiva pelo **Sr. Gustavo de Castro Maciel Oliveira**.

⁶⁸ Conferir Certidão nas fls. ID MP 4231650 (Pág. 1 e 2).

⁶⁹ Conferir requerimento da Apple nas fls. ID MP 4263959 (Pág. 1).

Aos demais, que afirmaram ter adquirido o iPhone XR no exterior, indagou-se se, no momento da aquisição, foram devidamente informados de que os aparelhos não seriam compatíveis com a rede e sinal do Brasil. A **Sra. Karla Santos Rocha** informou que, de forma explícita, aduziu que necessitaria do aparelho para uso no Brasil e foi informada de que não haveria quaisquer problemas. A **Sra. Talita Costa** também confirmou que também adquiriu o aparelho nos EUA e que foi informada que poderia ser utilizado tranquilamente no Brasil, vindo, porém, a enfrentar os mesmos problemas relatados pelos demais. Além dessas indagações, foi questionado se as falhas de sinal e conectividade surgiram aproximadamente entre um e dois anos de uso, após o fim da garantia, e se foi constatado, pela assistência técnica, que as causas seriam provenientes de problema na “placa” interna dos iPhones. **Todos os presentes confirmaram a ocorrência desses infortúnios.**

Assim sendo, a 5ª Promotoria de Justiça do Consumidor informou, aos presentes, acerca da outra vertente desta apuração, concernente aos problemas de resistência dos iPhones à água. Por fim, foi ordenado que os consumidores encaminhassem, dentro de 72 (setenta e duas) horas, os laudos técnicos das assistências, bem como todos os demais documentos e/ou demandas individuais.

Após a realização da oitiva *supra* e da coleta dos documentos encaminhados pelos novos Noticiantes, o Parquet obteve ainda mais convicção de que a Apple – além de ter incorrido em obsolescência programada quando desgastou veladamente o desempenho de vários modelos de iPhone – novamente deu azo a prática de obsolescência planejada com os iPhones XR. Isso porque vários aparelhos, eivados de vício oculto, foram colocados no mercado e, ao terem suas funções essenciais comprometidas, a Apple negou reparos, compelindo os usuários à aquisição precoce de novos celulares mesmo quando a Assistência Técnica constatava o vício oculto.

Também se obteve o substrato necessário a corroborar as alegações de que a Apple não informa corretamente, nas ofertas, que os iPhones são fabricados para serem compatíveis com a rede e o sinal de regiões determinadas. Não somente isso, os prepostos da Apple, que atuam em países estrangeiros, efetivamente



induzem os consumidores turistas a obterem iPhones que, além de não serem homologados no Brasil, podem não funcionar adequadamente em território nacional, pois não são compatíveis com a rede e sinal locais.

4.2. DA COMPROVAÇÃO DE QUE A APPLE PROMOVEU UMA MULTIPLICIDADE DE OFERTAS ENGANOSAS SOBRE A RESISTÊNCIA À ÁGUA DOS IPHONES, DESDE 2016 ATÉ O ANO VIGENTE, LIMITOU A GARANTIA LEGAL, NEGOU REPAROS E PREVALECEU DA VULNERABILIDADE DOS CONSUMIDORES.

Para além das constatações acima postas, o MPBA coadunou uma verdadeira multiplicidade de provas de que a Apple, há anos, vem promovendo ofertas enganosas, limitando indevidamente a garantia e, por meio das Assistências Técnicas, prevalecendo-se da vulnerabilidade dos consumidores. *Prima facie*, no dia 22 de março de 2021, **a FUNDAÇÃO PROCON-SP multou⁷⁰ a Apple no valor de R\$ 10.546.442,48** (dez milhões, quinhentos e quarenta e seis mil, quatrocentos e quarenta e dois reais e quarenta e oito centavos) em virtude da constatação de uma série de práticas abusivas encetadas por essa empresa global, dentre as quais: I) promoção de publicidade enganosa com relação a resistência à água dos modelos de iPhones 11; II) problemas após atualizações do sistema; III) imposição de cláusulas abusivas (mormente exonerando/limitando a garantia legal de adequação dos produtos) e IV) negativa de concerto à aparelhos danificados por líquidos ou adquiridos no exterior.

Por outro giro, no site do **PROCON-MS⁷¹** se extrai a notícia, publicada em 12 de julho de 2021, de que este Órgão Administrativo enviou **nove notificações de multa à Apple, somatizando um total de R\$ 119.163,60** (cento e dezenove mil, cento e sessenta e três reais e sessenta centavos), em virtude desta multinacional prometer que os iPhones seriam resistentes à água e, posteriormente, recusar-se a reparar aqueles que fossem danificados por líquidos. No cenário internacional, na data de 27 de outubro de 2020, **a Autoridade Antitruste Italiana** (*Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato* – AGCM) já havia

⁷⁰ Conferir: <https://www.procon.sp.gov.br/procon-sp-multa-apple/>. Acesso em 12 de novembro de 2021. A notícia também consta colacionada aos autos do IC em epígrafe.

⁷¹ Conferir: <https://www.procon.ms.gov.br/procon-estadual-multa-apple-em-quase-120-mil-reais/>. Acesso em 12 de novembro de 2021. A captura de tela do site também foi colacionada aos autos do IC em epígrafe.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

multado⁷² a Apple no importe de € 10.000.000,00 (dez milhões) de euros por fatos semelhantes aos narrados.

Em livre tradução da página eletrônica na qual tal autoridade tornou pública sua providência, extrai-se, como um dos motivos dessa elevada sanção administrativa a: “[...] divulgação de mensagens promocionais de diferentes modelos de iPhone - iPhone 8, iPhone 8 Plus, iPhone XR, iPhone XS, iPhone XS Max, iPhone 11, iPhone 11pro e iPhone 11 pro Max - em que foi exaltado, para cada um dos os produtos anunciados, a característica de serem resistentes à água até uma profundidade máxima que varia entre 4 metros e 1 metro dependendo do modelo e até 30 minutos” (grifos nossos). Entretanto, “[...] as mensagens não esclarecem que esta propriedade é encontrada apenas na presença de condições específicas, por exemplo durante testes laboratoriais específicos e controlados com a **utilização de água estática e pura**, e não nas condições normais de utilização dos dispositivos pelos consumidores” (grifos nossos).

Ademais, a AGCM também considerou como “[...] **prática comercial agressiva a recusa da Apple**, na fase de pós-venda, de prestar assistência quando esses modelos de iPhone fossem danificados devido à introdução de água ou outros líquidos, dificultando o exercício dos direitos que são reconhecidos pela lei relativa à garantia ou pelo Código do Consumidor” (grifos nossos). O comunicado à imprensa, narrado acima, foi acompanhado de “*link*” para se acessar a íntegra de um documento⁷³ – de 45 (quarenta e cinco) laudas e com diversas capturas de tela das publicidades da Apple – no qual a AGCM descia a minudências sobre o porquê foi aplicada a sanção administrativa.

Ainda em sede internacional, existe uma **Ação Coletiva, em curso nos EUA** (Case 1:21-cv-03657)⁷⁴ – intentada no dia 24 de abril de 2021 – novamente por conta das publicidades enganosas envolvendo a resistência à água dos iPhones 7 em diante (até o iPhone 12, pois, à época do ajuizamento da contenda, não havia sido lançado o iPhone 13). Os

⁷² Conferir: <https://www.agcm.it/media/comunicati-stampa/2020/11/PS11578>. Acesso em 12 de novembro de 2021. A notícia também consta colacionada aos autos do IC em epígrafe.

⁷³ Consta colacionado nos autos do IC em epígrafe.

⁷⁴ Conferir: <https://macmagazine.com.br/post/2021/04/26/apple-e-processada-por-garantia-e-resistencia-do-iphone-a-agua/>. Acesso em 12 de novembro de 2021. A Ação também foi colacionada ao IC em epígrafe.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

demandantes pontuam que “Aproximadamente 100.000 smartphones são danificados por água ou outros líquidos todos os dias nos Estados Unidos”⁷⁵. Ademais, tal como a autoridade italiana, também frisam que a Apple não esclarece, nas suas propagandas, que as propriedades de resistência à água ocorrem somente sob condições específicas, com água estática e pura, diferindo-se cabalmente das condições de uso cotidianamente enfrentadas pelos adquirentes (água de chuva, torneira, piscina, praia, etc.)⁷⁶. Nessa senda, é mister repisar que a própria Apple, em seu pronunciamento perante o IC da 5ª PJC de Salvador, aduziu que “O grau de proteção IP_7 indica que o invólucro está protegido contra o efeito de imersão temporária **em água sob condições padronizadas**, de imersão de até um metro de água por 30 minutos”⁷⁷ (grifos nossos) – arregimentando veracidade às alegações dos consumidores Norte-americanos e da AGCM italiana

Outrossim, o MPBA também obteve informações de que a Associação Portuguesa de Defesa do Consumidor, denominada ***Ius Omnibus***, no dia 19 de julho de 2021, protocolou **Ação Popular, em desfavor da Apple, no Tribunal Judicial da Comarca de Lisboa**⁷⁸, novamente questionando os problemas, repetidamente, elencados neste tópico fático. Adentrando ao sítio virtual da citada Associação, denota-se que se estima que as práticas enganosa da Apple – que começaram a ser propaladas a partir 2016, com o início da venda dos iPhones 7, até os dias atuais – têm causado aos consumidores Portugueses **danos totais no importe de € 137.000.000 (cento e trinta e sete milhões) de euros**.

Caso todas as afirmações *supra* ainda sejam consideradas insuficientes à formação de uma cognição exauriente, impende destacar que o **Ministério Público do Estado da Bahia**, em rápida pesquisa nos sítios eletrônicos “*google*”; “*youtube*” e “*Facebook*”, **encontrou e procedeu com o devido armazenamento de pelo menos uma oferta enganosa para os seguintes modelos de iPhone: iPhone 7; iPhone 8; iPhone X; iPhone XR; iPhone**

⁷⁵ Livre tradução. Trecho original: “3. Approximately 100,000 smartphones are damaged by water or other liquids everyday in the United States.”

⁷⁶ Conferir trecho original, extraído da Ação Coletiva: “20. First, the IP certification levels are based on highly controlled laboratory conditions, **with static and pure water**. 21. In everyday usage, the water devices encounter is not static and purified, but contains various minerals, chemicals and other elements. 22. **This means that consumers who stand at the edge of a pool or ocean and whose devices are splashed or temporarily immersed, will be denied coverage, because the water contained chlorine or salt**” (grifos nossos).

⁷⁷ Trecho extraído da segunda Manifestação da Ré. Conferir fls. ID MP 4186988 (Pág. 7).

⁷⁸ Conferir: <https://iusomnibus.eu/pt/ius-omnibus-v-apple-pt/>. Acesso em 12 de novembro de 2021. A captura de tela do mencionado sítio eletrônico também foi colacionada aos autos do IC em epígrafe.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



XS; iPhone XS MAX; iPhone 11; iPhone 11 PRO; iPhone SE (2ª Geração); iPhone 12, iPhone 12 PRO, iPhone 13 e iPhone 13 PRO. O *Parquet* frisa que, em subtópico próprio dos argumentos jurídicos, serão colacionadas capturas de tela dos momentos que comprovam o teor enganoso dos anúncios. *Pari passu*, serão exibidas imagens do sítio eletrônico completamente contraditório da Apple, onde tal marca global, apesar de aduzir que a garantia dos iPhones não cobre danos por líquidos, literalmente instrui os consumidores a lavarem os telefones na torneira quando os mesmos sofrerem meros respingos.

De mais a mais, para robustecer o arcabouço fático-probatório acerca dos presentes vilipêndios, o MPBA coadunou uma grande quantidade de processos individuais movidos contra a Apple em virtude de os aparelhos iPhone terem sido danificados após contatos com água, tendo a empresa se negado a prestar o devido serviço de reparo. Inicialmente foram colhidos **63 (sessenta e três)** demandas judiciais propostas nos **juízos de 1º Grau do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo**, e TODAS dando provimento pelo menos ao reparo ou à substituição dos aparelhos danificados, ou às indenizações por danos materiais⁷⁹. Posteriormente, o *Parquet* promoveu a juntada das contendas que chegaram aos Tribunais de 2ª Instância ou às Turmas Recursais. Assim, foram colhidas **17 (dezesete) do TJSP; 8 (oito) do TJBA; 3 (três) do TJRJ; 2 (dois) do TJDF; 1 (um) do TJAC; 1 (um) do TJRS e 1 (um) do TJPR.** Em TODOS os casos, não foi modificada a questão pertinente ao reparo do produto ou a indenização por danos materiais que havia sido deferida, em momento anterior, a favor dos consumidores. **Relevante mencionar que muitos arestos pontuaram expressamente que a Apple promove PUBLICIDADE ENGANOSA**, e serão explanados nos pressupostos jurídicos.

II – DOS PRESSUPOSTOS JURÍDICOS DA DEMANDA JUDICIAL COLETIVA EM EPÍGRAFE.

1. DA FLAGRANTE VIOLAÇÃO AO DIREITO DOS CONSUMIDORES À INFORMAÇÃO ADEQUADA E PRECISA SOBRE O CONTATO DOS APARELHOS COM LÍQUIDOS.

⁷⁹ Em alguns casos foram negados os pedidos por dano moral.





1.1. DA INTOLERÁVEL E CONSTANTE VIOLAÇÃO DO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO DA OFERTA.

Como preleciona Cláudia Lima Marques, a concepção clássica de contrato não mais se adapta à realidade socioeconômica vigente⁸⁰. No atual cenário pós-moderno – no qual impera a massificação das relações contratuais e a disparidade de forças entre os contratantes –, o direito viu-se obrigado a erigir uma função social aos contratos, destacando “o papel da lei como limitadora e como verdadeira legitimadora da autonomia da vontade”⁸¹. *Ipso facto*, normas imperativas – à exemplo das que se extraem do CDC – passaram a proteger determinados interesses sociais, “valorizando a **confiança** depositada no vínculo, as **expectativas** e a **boa-fé** das partes contratantes”⁸². No campo consumerista tais aspectos propiciaram uma nova noção de oferta, uma vez que, em nome da confiança, “toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados”, passou a obrigar o fornecedor que a fizesse veicular e a integrar o contrato que viesse a ser celebrado (art. 30).

Nos dizeres de Herman Benjamin, coautor do anteprojeto do próprio CDC, a raiz dessa força obrigacional – que ficou conhecida como **princípio da vinculação** – está “no potencial persuasivo das técnicas de marketing”⁸³. Ou seja, no fato de que “a publicidade cria expectativas - legítimas - que precisam ser protegidas”⁸⁴, e negá-las seria “fazer do princípio da confiança letra morta e, a partir daí, desacreditar o próprio mercado”⁸⁵. Ainda conforme a doutrina de Benjamin, não é qualquer informação veiculada que vincula o fornecedor, mas aquela que contenha uma qualidade essencial: a precisão⁸⁶. Leciona o autor que “O Código contenta-se com uma precisão suficiente, vale dizer, com um mínimo de concisão”⁸⁷ e “Só a vagueza absoluta e inofensiva do anúncio permite a isenção de responsabilidade do

⁸⁰ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 8. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 164.

⁸¹ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 8. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 217.

⁸² *Ibidem*, *idem*.

⁸³ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. *et al.* Das práticas comerciais. In: *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 274 e 278.

⁸⁴ *Ibidem*, p. 277.

⁸⁵ *Ibidem*, p. 278.

⁸⁶ *Ibidem*, p. 276.

⁸⁷ *Ibidem*, *idem*.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

fornecedor⁸⁸.

Sobrevém que a Apple – menoscabando da natureza cogente das normas instituídas pelo CDC – propositalmente ignora o princípio da vinculação da oferta, engendrando legítimas expectativas no público consumidor e, em seguida, eximindo-se de qualquer responsabilidade acerca do quanto prometido. Descendo a minudências, a citada multinacional informa massivamente, nas suas peças de Marketing, que os iPhones resistem à submersão temporária (30 minutos) em água entre 6 (seis) e 1 (um) metros de profundidade (variando conforme o modelo do celular)⁸⁹. Não somente isso, muitas publicidades – omitindo as especificações técnicas *supra* ou as informando de modo inadequado, em minúsculas letras transparentes acostadas nas notas de rodapé dos anúncios – veiculam imagens dos aparelhos sendo enxarcados, dando a entender que são totalmente “à prova d’água”. A exemplo, vejamos fotos extraídas de uma publicidade do iPhone 11 PRO:

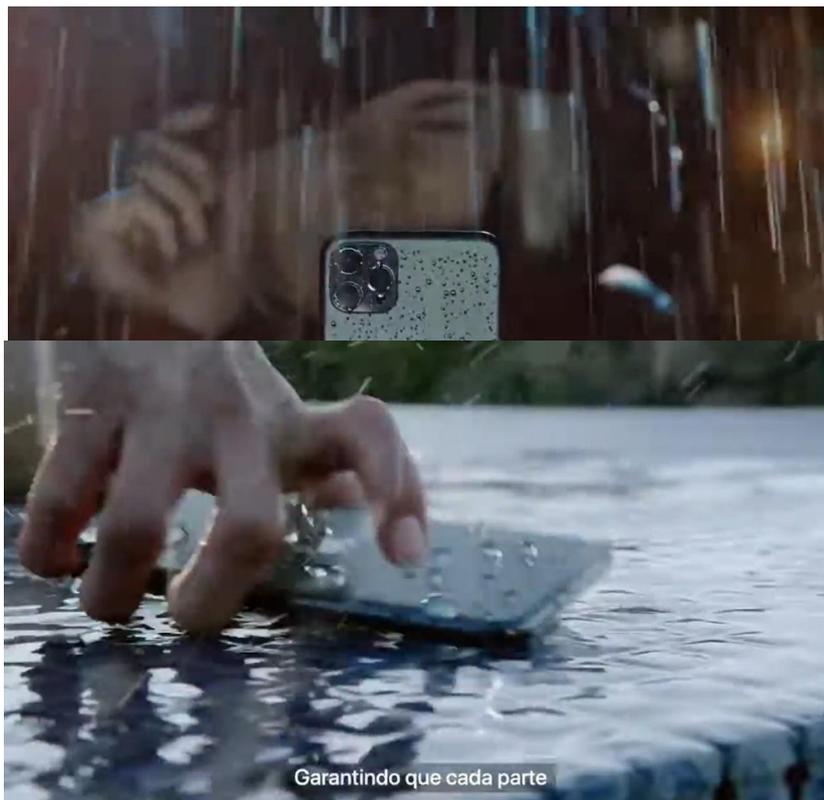


⁸⁸ Ibidem, p. 372.

⁸⁹ Modelos envolvidos iPhone 7 até o 13 PRO.



PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR
Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001
TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



Como se percebe, é inconteste que a multicitada fornecedora cria nos consumidores legítimas expectativas de que os iPhones podem ser molhados e que não serão danificados pela água. Contudo, a Demandada informa, em seu site e no manual dos aparelhos, que a resistência à água “pode diminuir com o tempo” e, por isso, o Termo de Garantia exclui a cobertura para TODO E QUALQUER tipo de dano proveniente do contato dos aparelhos com líquidos. Essa convenção é completamente torpe e contraditória. Ora, se a Apple induz seus clientes a pensarem que podem enxarcar seus iPhones, é inequivocamente *contra legem* exonerar sua responsabilidade para os casos de danos ocorridos pelo contato com líquido. **Aceitar isso seria como pisotear os princípios norteadores do CDC e elevar a má-fé ao posto de regente das relações de consumo, já que o fornecedor literalmente poderia fazer milhões de promessas para persuadir o público e, em paralelo, frustrar todas elas; maculando as legítimas expectativas do destinatário que nele confiou.**

Essa conduta abjeta da Apple encontra forte óbice no art. 30 do CDC, pois, conforme

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR
Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001
TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



leciona Herman Benjamin, o princípio da vinculação, que desse dispositivo se extrai, atua "(...) **introduzindo-se (e prevalecendo) em contrato eventualmente celebrado, inclusive quando seu texto o diga de modo diverso, pretendendo afastar o caráter vinculante.**"⁹⁰ – exatamente como tenta fazer a Apple. Ademais, Benjamin já pontou – agora atuando como Ministro Relator em acórdão do STJ – que “Em anúncios comerciais, fotos, croquis, desenhos e gráficos vinculam o anunciante tanto quanto texto falado ou escrito. Assim violam frontalmente a letra e o espírito do Código de Defesa do Consumidor frases do tipo: ‘As fotos dos modelos mostrados acima são ilustrativas, não correspondendo aos exemplos de preços das ofertas’”. Afinal, tais imagens são “Ilustrativas, sim, mas, à luz do CDC, em sentido oposto ao pretendido pelo fornecedor-infrator, pois, com base no princípio da vinculação da mensagem publicitária (art. 30), aderem, como parte integrante e inseparável, ao anúncio, de modo que o comportamento esperto caracteriza enganosidade (art. 37) e, simultaneamente, **dispara remédios civis previstos (art. 35)**”⁹¹.

Não sendo o bastante, convém recordar do **informativo de Jurisprudência nº 562 do eg. STJ**, onde se extrai REsp, de relatoria do Ministro Luís Felipe Salomão, cujo voto conclui que “[...] o fornecedor de produtos ou serviços se responsabiliza também pelas expectativas que a publicidade vem a despertar no consumidor, **mormente quando o veicula informação de produto ou serviço com a chancela de determinada marca**”. Ainda nas palavras do Min. Salomão, “Trata-se de materialização do princípio da boa-fé objetiva, exigindo do anunciante os deveres anexos de lealdade confiança cooperação proteção informação, sob pena de responsabilidade”⁹². **Portanto, com respaldo legal, doutrinário e jurisprudencial, conclui-se que a Apple, em virtude das ofertas que propala, não pode utilizar-se do contrato firmado para excluir a garantia acerca de todo e qualquer dano proveniente do contato dos iPhone com líquidos. Afinal, esses termos refletiriam uma expressa anuência para que a fornecedora ilegalmente se abstenha de cumprir o quanto que massivamente veicula nas suas publicidades, violando fortemente a norma de ordem pública prevista no art. 30 do CDC, bem**

⁹⁰ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. *et al.* Das práticas comerciais. In: *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 275.

⁹¹ (STJ, REsp 1666342/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 03/08/2017, DJe 31/08/2020).

⁹² (STJ, REsp 1.365.609-SP, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, julgado em 28/4/2015, DJe 25/5/2015).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



como toda principiologia que emana deste *Códex*.

Insta recordar, por derradeiro, de uma última lição perfilhada por Benjamin. "A regra do Código é 'prometeu, cumpriu'"⁹³ e, caso o fornecedor se recuse a executar o conteúdo da oferta ou publicidade, "A resposta parcial está no art. 35: o consumidor pode escolher entre o cumprimento forçado da obrigação e a aceitação de outro bem de consumo"⁹⁴. Ademais, "Caso o contrato já tenha sido firmado, sem contemplar integralmente o conteúdo da oferta ou publicidade, é lícito ao consumidor, ademais, exigir a sua rescisão, com restituição do já pago, mais perdas e danos"⁹⁵.

1.2. DA PROMOÇÃO ILEGAL DE PUBLICIDADE ENGANOSA ACERCA DAS CARACTERÍSTICAS DE RESISTÊNCIA À ÁGUA DOS IPHONES, DESDE OS IPHONES 7 ATÉ OS IPHONES 13 PRO.

Por influência da boa-fé e da função social dos contratos, o CDC inovou ao fazer abrigo ao princípio da transparência, extraível do *caput* do seu art. 4º. O papel desse princípio, nos dizeres de Cláudia Lima Marques, foi instituir uma verdadeira inversão de papéis até então tradicionais⁹⁶. Isso porque, se antes o consumidor tinha a obrigação de informar-se (*caveat Emptor*), agora ele possui, por força da transparência, o direito básico de ser prévia, adequada e claramente informado (art. 6º, III, CDC). Consequentemente, os fornecedores – sendo retirados da confortável posição passiva – foram compelidos a prestar ativamente (*caveat venditor*⁹⁷) informações corretas, claras, precisas, e ostensivas sobre os produtos e serviços que comercializam (art. 31, CDC). E não somente isso, a transparência também implicou na proibição de se criar quaisquer barreiras artificiais à informação – recorda Cavalieri Filho⁹⁸.

⁹³ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. *et al.* Das práticas comerciais. In: *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 275.

⁹⁴ *Ibidem*, p. 276.

⁹⁵ *Ibidem*, *idem*.

⁹⁶ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*: o novo regime das relações contratuais. 8. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 817.

⁹⁷ *Ibidem*, *idem*.

⁹⁸ CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor*. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2019. p. 65.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

Como se observa, a revolução acerca do direito à informação já dava pistas de que o legislador infraconstitucional demonstrou verdadeira ojeriza a todo e qualquer tipo de oferta/publicidade enganosa. Afinal, essa prática abusiva simboliza não somente a total antítese do cumprimento do dever de informar, mas traduz uma verdadeira causa de distorção no processo decisório do consumidor⁹⁹, impedindo a manifestação da sua livre vontade¹⁰⁰ - como bem reconhece o próprio STJ¹⁰¹. O *Códex* Consumerista, por óbvio, vedou expressamente a publicidade enganosa (art. 37, *caput*), além de conceituá-la de forma ampla (art. 37, §§ 1º e 3º) a fim de melhor tutelar os vulneráveis - que ainda observaram essa proteção ser erigida à posição direito básico da categoria (art. 6º, IV).

Sucedu que a Apple, violando o princípio da transparência e dilacerando a boa-fé objetiva, promoveu várias ofertas enganosas, desde 2016 até o ano vigente. Em síntese, essa multinacional escondeu e esconde diversas informações essenciais acerca das propriedades de resistência à água dos iPhones (iPhone 7 até o iPhone 13 PRO). Induziu um percentual incomensurável de consumidores a obterem celulares que, se estivessem melhor informados, provavelmente não teriam adquirido. E não somente isso, essa marca global, além de omitir dados essenciais, informou inadequadamente aqueles que foram exibidos, levando os telespectadores a imaginar que a "resistência à água" seria o mesmo que "à prova d'água".

1.3. DA CARACTERIZAÇÃO DA ENGANOSIDADE POR OMISSÃO DE DADOS ESSENCIAIS.

⁹⁹ Herman Benjamin leciona que "Esse traço patológico afeta não apenas os consumidores, mas também a sanidade do próprio mercado. Provoca, está provado, uma distorção no processo decisório do consumidor, levando-o a adquirir produtos e serviços que, estivesse melhor informado, possivelmente não o faria." BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. *et al.* Das práticas comerciais. In: *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 363.

¹⁰⁰ Cláudia Lima Marques aduz que o ideal de transparência seria "[...] uma nova (e sem dúvida importante) pré-condição para que o consumidor possa manifestar sem medo e livremente sua vontade e realizar (ao fim) as suas expectativas legítimas [...]". MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*: o novo regime das relações contratuais. 8. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 818.

¹⁰¹ Conforme a Terceira Turma do STJ: "O princípio da transparência (art. 6, III, do CDC) somente será efetivamente cumprido pelo fornecedor quando a informação publicitária for prestada ao consumidor de forma adequada, clara e especificada, a fim de garantir-lhe o exercício do consentimento informado ou vontade qualificada". (STJ, REsp 1540566/SC, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 11/09/2018, DJe 18/09/2018).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

Da análise dos fatos, depreende-se que a Apple incorreu nas duas modalidades de publicidade enganosa que, segundo a doutrina de Herman Benjamin, podem ser extraídas do art. 37 do CDC: a omissiva e a comissiva¹⁰². No que compete à primeira mencionada (art. 37, § 3º), perfeito é o dizer do Ministro Mauro Campell Marques, em sede de aresto do STJ: “[...] a publicidade pode ter aparência de absoluta legalidade na sua vinculação, mas, por omitir dado essencial para formação do juízo de opção do consumidor, finda por induzi-lo a erro ou tão somente coloca dúvidas acerca do produto ou serviço oferecido, contaminando sua decisão”¹⁰³. **Essa nefanda forma de enganar foi observada, *prima facie*, quando a Apple omitiu que a propriedade de resistência à água pode ser encontrada apenas na presença de condições específicas – a exemplo de testes laboratoriais controlados que utilizam água estática e pura – e não nas condições normais de uso que os consumidores enfrentariam no seu cotidiano (água de praia, de piscina, bebidas, etc.).**

Essa informação era INDUBITAVELMENTE ESSENCIAL em todas as peças de Marketing, pois, recordando os ensinamentos de Herman Benjamin, “É considerado essencial aquele dado que tem o poder de fazer com que o consumidor não materialize o negócio de consumo, caso o conheça”¹⁰⁴. É justamente o que ocorreria se os destinatários finais soubessem que teriam que encontrar situações ideais, com água estática e pura. Dificilmente, quiçá nunca, esses destinatários finais comprariam esses celulares por conta das suas “capacidades” de resistência à água. A omissão dessas informações tão relevantes explica o porquê essa multinacional, de maneira completamente contraditória, informa que os iPhones podem ser submersos por trinta minutos em profundidades entre seis e um metros de “água” (variando conforme o aparelho) e, posteriormente, exclui da garantia a cobertura contra todo e qualquer tipo de dano proveniente do contato com líquidos.

Ora, a Apple sabe que os testes são realizados somente com água em condições padronizadas (estática e pura), e que por isso inúmeros celulares se

¹⁰² BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. *et al.* Das práticas comerciais. In: *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 365.

¹⁰³ (STJ, 2.ª T., REsp. n. 1.317.338/MG, Rel. Min. Mauro Campbell Marques, ac. de 19.03.2013, DJe 01.04.2013).

¹⁰⁴ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. *et al.* Das práticas comerciais. In: *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 376.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



tornarão obsoletos com ínfimos contatos com água de praia ou piscina, por exemplo. Então, para supostamente não ter que se responsabilizar por todos os casos de celular danificado, que inevitavelmente viriam a ocorrer, esta multinacional optou por excluir da garantia a cobertura para QUALQUER dano que fosse proveniente de líquidos, muito embora o plausível e esperado fosse a não responsabilização somente quando ficasse provado que o consumidor infringiu as capacidades máximas informadas (ou seja, submergisse o aparelho por tempo superior ou em profundidades maiores que as recomendadas nas instruções).

Nessa senda é importantíssimo frisar que os danos aqui narrados NÃO ESTÃO SOMENTE NO PLANO TEÓRICO. O próprio IC que instrui essa exordial elenca quantidade elevada de relatos de que contatos irrisórios com gotas de água de chuva ou respingos de água de piscina são aptos a danificar os aparelhos, sendo essa uma protestação que, por ser tão frequente, arregimenta-se de verossimilhança. E para além disso, a Apple já sofreu sanção administrativa na Itália, no importe de 10 milhões de euros, justamente por ter omitido os aspectos aqui narrados. Pelos mesmos motivos, essa Demandada vem sendo judicializada coletivamente nos Estados Unidos e em Portugal. E caso isso ainda seja o suficiente, insta citar que a própria Apple fez prova contra si em sede dos autos, uma vez que alegou que a proteção IP reflete a proteção contra água “padronizada”, vejamos:

17. O grau de proteção IP_8 indica que o invólucro é protegido contra os efeitos de imersão contínua em água sob condições padronizadas, sendo que as condições de imersão continuada são acordadas entre o usuário e o fabricante (essas condições devem ser pelo menos tão rigorosas quanto as condições do grau IP_7).
Confira-se:

Como se vê, a informação de que a resistência se opera somente contra água em condições padronizadas – e não em condições comuns do dia a dia – é de conhecimento da própria Apple, que, eivada de má-fé, silenciou-se em TODOS OS ANÚNCIOS, desde o iPhone 7 até o iPhone 13 PRO. E ainda é relevante mencionar que a informação “Estes modelos de iPhone são resistentes a respingos, água e poeira e foram testados em laboratórios sob

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

condições controladas”, que é posta no *site* da Apple também não a exime de responsabilidade pela publicidade enganosa. Afinal, essa frase sequer informa, de modo claro e adequado, além de que NÃO está nas peças de Marketing. Isto posto, convém ressaltar que a publicidade enganosa por omissão narrada ainda é somente a primeira. **Isso porque a Apple também escondeu completamente das publicidades (dos iPhones XS, XS MAX, XR, 11, 11 PRO, SE 2ª geração, 12, 13 E 13 PRO) que a garantia não cobre danos por líquidos. E nas publicidades em que havia informado esse dado (nas propagandas do iPhone 7, 8 e X), colocou-o em minúsculas notas de rodapé dos anúncios, que destoam completamente do tamanho das demais informações (imagens e textos) que paralelamente se exibem para induzir o consumidor sobre as elevadas propriedades de resistência à água. As capturas de tela, situadas, no Anexo 01, que acompanha esta peça exordial, corroboram tal assertiva.**

Como se denota, a Apple evidentemente tem a intenção de esconder das publicidades o fato de que a garantia não cobre danos por líquidos, pois trata-se de uma informação que, notoriamente, faria alguns consumidores ignorarem que os iPhones têm qualquer resistência à água. Por oportuno, insta citar que, a despeito da Ré não poder excluir toda a garantia contra danos provenientes de líquidos – por conta do princípio da vinculação da oferta, como explicado no tópico jurídico precedente –, não pode o *Parquet*, muito menos a justiça, fechar os olhos para o fato de que esse dado era essencial aos anúncios; sobretudo porque sua omissão efetivamente induziu o público a erro acerca da realidade.

A Apple sequer pode argumentar que informou esse dado nos casos dos iPhones 7, 8 e X, uma vez que a informação foi posta somente nas notas de rodapé ou com letras diminutas, e o STJ é firme no sentido de que “Rodapé ou lateral de página não são locais adequados para alertar o consumidor, e, tais quais letras diminutas, são incompatíveis com os princípios da transparência e da boa-fé objetiva, tanto mais se a advertência disser respeito à informação central na peça publicitária e a que se deu realce no corpo principal do anúncio”. Conforme se extrai do acordão, esse expediente astucioso “[...] caracterizará publicidade enganosa por omissão, nos termos do art. 37, §§ 1º e 3º, do CDC, por subtração sagaz, mas nem por isso menos danosa e condenável, de dado essencial do produto ou serviço”¹⁰⁵.

¹⁰⁵ (STJ, 2ª T., AgRg no AgRg no REsp. 1.261.824/SP, Rel. Min. Herman Benjamin, ac. 14.02.2012, DJe 09.05.2013).

E também não reduz o teor enganoso dos anúncios o fato de a Apple informar a *posteriori* – no seu *site*, no Termo de Garantia e no Manual dos iPhones – que não há cobertura para danos provocados por líquidos. Isso porque a multicitada Corte Superior, novamente através da sua Segunda Turma, já acordou que o CDC “rejeita tanto a regra *caveat emptor* como a subinformação, as patologias do silêncio total e parcial”. Assim, “Esclarecimentos posteriores ou complementares desconectados do conteúdo principal da oferta (= informação disjuntiva, material ou temporalmente) não servem para exonerar ou mitigar a enganosidade ou abusividade”¹⁰⁶. Em sede do já exposto, é muito mais que cristalino o *animus laedendi* desta multinacional, aspecto que, conforme Herman Benjamin, embora não seja relevante para a caracterização da responsabilidade civil objetiva que o CDC adota, impacta na responsabilização dentro do campo penal¹⁰⁷.

1.4. DO TERCEIRO EXPEDIENTE ENGANOSO CONTIDO EM DIVERSAS PUBLICIDADES.

Novamente evocando a doutrina de Benjamin, “Uma mensagem publicitária pode ser enganosa não apenas quando diz expressamente algo capaz de induzir em erro, mas também quando, mesmo não o dizendo claramente, a informação realmente passada difere do significado real da mensagem”¹⁰⁸. O autor explica que se trata do **engano proveniente das alegações implícitas que estão incutidas no anúncio**¹⁰⁹. Esse expediente astucioso é amplamente utilizado pela Apple, que declara que os iPhones são “resistentes à água”, muita embora, em diversas publicidades, transmita a ideia de que são verdadeiramente “à prova d’água”.

Isso ocorre porque várias peças de Marketing exibem imagens dos iPhones sendo literalmente enxarcados por JATOS D’ÁGUA e pelos MAIS DIVERSOS TIPOS DE LÍQUIDOS,

¹⁰⁶ (STJ, REsp 1802787/SP, Rel. Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 08/10/2019, DJe 11/09/2020).

¹⁰⁷ Benjamin leciona que “Na caracterização de uma publicidade enganosa o dano do consumidor é um mero *plus* (com implicações próprias, notadamente na área penal)”. BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcelos. *et al.* Das práticas comerciais. *In: Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 367.

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 373 e 374.

¹⁰⁹ *Ibidem*, *idem*.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

inclusive bebidas com gelo. E em paralelo a essa exploração da característica de “proteção à água”, a informação de que a resistência, conforme o “código IP”, opera-se por trinta minutos e somente em determinadas profundidades é frequentemente colocada em minúsculas notas na parte inferior das telas. Ademais, estas notas geralmente aparecem no final dos anúncios e em frações de segundos, com coloração quase sempre transparente e com tamanhos bem inferiores aos demais textos utilizados no restante da publicidade. Tomemos como exemplo o comercial denominado “O dia a dia não é moleza”, do iPhone 11 PRO.

Nessa propaganda a Apple colocou um modelo do predito iPhone em uma espécie de suporte no meio de uma “sala de testes”. Posteriormente, começam a ser lançados os mais diversos tipos de objeto, em altíssima velocidade, contra o celular. Dentre esses objetos, ganha especial destaque o lançamento de diversos vegetais grandes completamente enxarcados d’água. Não sendo o bastante, após o iPhone ser alvejado por todos esses materiais, um alçapão localizado acima do aparelho se abre e um BOLO DE CINCO ANDARES despenca e o atinge. Para “limpar” o celular e comprovar que o mesmo resiste até mesmo a essa situação grotesca, jatos de água começam a ser lançados de “detectores de fumaça”, os quais são fortes o suficiente para retirar todo bolo do celular somente com a força da água lançada. No final do anúncio é exibido, em letras grandes e chamativas, o nome da publicidade e do iPhone. Paralelamente, na extremidade inferior da tela, em uma fração de aproximadamente três segundos, é posta a seguinte nota em letras muito menores e coloração transparente: “Resistente à água até 4 metros de profundidade por 30 minutos”. No Anexo 02, constam capturas de tela que denotam inequívoca a ideia de que os iPhones seriam “à prova d’água”.

Existem outras publicidades – do iPhone 11 PRO e iPhone 12, por exemplo – que seguem essa mesma lógica, elencando imagens dos celulares sendo submetidos a elevada quantidade de água e, propositalmente, informando os limites de resistência em notas de rodapé, com letras pequenas, por frações de segundos e, geralmente, em paralelo com outros textos/imagens com maior destaque, que ainda “distraem” a atenção do telespectador e impedem a leitura das letras miúdas. No caso da propaganda denominada “Apresentamos os iPhones 11 PRO”, os aparelhos são submetidos a fortíssimos jatos d’água. Já nas publicidades denominadas “Conheça o iPhone 12”, é elencado uma sequência de imagens dos telefones sendo enxarcados por um copo de refrigerante cheio de gelo, por uma xícara de café preto,

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

por um copo de suco de laranja e por um copo cheio de água com gás e limão¹¹⁰.

Considerar que essas publicidades não induzem o consumidor a pensar que os produtos são totalmente a prova d'água é o mesmo que fazer do art. 37 do CDC letra morta e totalmente vazia de significado. Isso porque, sobretudo quando se trata de marcas mundialmente conhecidas, que normalmente exibem superproduções publicitárias, é completamente desarrazoado, para não dizer inconcebível, pensar que a menor ênfase em aspecto relevante não tenha em si um propósito. O caso em tela é a mais forte expressão da subinformação, da inobservância do dever de informar adequadamente e da intenção de contaminar a decisão do consumidor, sempre o compelido ao consumo. Existe um motivo lógico para a Apple veicular as limitações em notas de rodapé, em letras miúdas, de coloração diferente e, geralmente, em frações de segundo: induzir os vulneráveis a pensar que os produtos têm uma proteção maior do que realmente possuem, distorcendo a realidade a fim de dar azo à persuasão.

Nesse sentido, é relevante recordar que a Segunda Turma do STJ já acordou que os anunciantes não podem "Pretender que o consumidor se transforme em leitor malabarista (apto a ler, como se fosse natural e usual, a margem ou borda vertical de página) e ouvinte ou telespectador superdotado (capaz de apreender e entender, nas transmissões de rádio ou televisão, em fração de segundos, advertências ininteligíveis e em passo desembestado, ou, ainda, amontoado de letrinhas ao pé de página de publicação ou quadro televisivo)". Afinal, isso "afronta não só o texto inequívoco e o espírito do CDC, como agride o próprio senso comum, sem falar que converte o dever de informar em dever de informar-se, ressuscitando, ilegitimamente e *contra legem*, a arcaica e renegada máxima do *caveat emptor* (= o consumidor que se cuide)"¹¹¹.

E não somente isso, sobre o tema controvertido neste tópico, excelente é o posicionamento da Terceira Turma da predita Corte Superior, que em aresto de Relatoria da Min. Nancy Andrighi frisou: "O princípio da transparência (art. 6, III, do CDC) somente será efetivamente cumprido pelo fornecedor quando a informação publicitária for prestada ao

¹¹⁰ Cf.: Publicidade - "Apresentamos os iPhones 11 PRO" situada no Anexo 02.

¹¹¹ (STJ, AgRg no AgRg no REsp 1261824/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 14/02/2012, DJe 09/05/2013).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

consumidor de forma adequada, clara e especificada, a fim de garantir-lhe o exercício do consentimento informado ou vontade qualificada¹¹². Caso a Apple realmente cumprisse com o seu dever de informação adequada e ostensiva, tal empresa faria, nas próprias publicidades, uma distinção entre “resistente à água” e “a prova d’água”, sobretudo porque estamos falando de consumidores, que possuem presunção absoluta de vulnerabilidade (*jure at de jure*).

Porém essa multinacional faz justamente o oposto, na medida em que, além de nunca trazer diferenciações entre “resistente” e “a prova” d’água, utiliza -se de todas as “artimanhas” informacionais possíveis a fim de induzir o consumidor a pensar que os iPhones possuem as maiores proteções possíveis contra água. Até mesmo a OMISSÃO TOTAL das limitações de resistências são observadas nos anúncios, sobretudo nos mais atuais. É o caso de algumas propagandas como as do iPhone 12 PRO, do iPhone 13 e do iPhone 13 PRO, nas quais há a total ausência de quaisquer informações acerca do tempo e as profundidades máximas de submersão em água e, mesmo assim, a Apple veicula imagens dos aparelhos sendo submetidos aos mais diversos líquidos¹¹³.

Como sobeja cristalino, esses anúncios efetivamente induzem o consumidor a pensar que podem molhar seus aparelhos, sobretudo porque, nem mesmo nas notas de rodapé, são elencadas ressalvas acerca de como funciona a “resistência à água” dos iPhones e os seus limites. Como já bem pontuou a Segunda Turma do STJ, em aresto de Relatoria do Min. Herman Benjamin, “À luz dos arts. 31, caput, e 37, § 3º, do CDC, se dada informação vem, em maior ou menor grau, realçada na oferta – publicitária ou não –, despropositado [...] ao juiz reputá-la como supérflua ou trivial, fechando os olhos à realidade do universo engenhoso da comunicação de consumo”.

Ainda conforme esta colenda turma, **“Nenhum anunciante paga para veicular informação inócua, destituída de poder para incitar o interesse e a decisão de compra do consumidor”**. Logo, **“Idêntico raciocínio, por simetria, vale para aquilo**

¹¹² (STJ, REsp 1540566/SC, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 11/09/2018, DJe 18/09/2018).

¹¹³ Cf. Publicidade do iPhone 12 PRO.



que, intencionalmente ou não, a oferta omite em conexão com o que opta por apregoar sobre produto ou serviço, deixando, assim, de informar sobre dado essencial¹¹⁴. Portanto, é mister que expedientes arditos como os que se narra nessa exordial sejam tolhidos. As normas que se extraem do CDC, com a missão de efetivamente proteger os vulneráveis, possuem natureza cogente e interesse social (art. 1º); não sendo aceitável que grandes corporações, de forma sorrateira e até mesmo explicita, continuem desrespeitando aquilo que resta preconizado neste *Códex*, sempre colocando os seus lucros privados acima da dignidade dos seus clientes.

1.5. DOS REITERADOS PRECEDENTES QUE CONFIRMAM QUE AS PUBLICIDADES DA APPLE SÃO ENGANOSAS E DA LIMITAÇÃO INDEVIDA DA GARANTIA LEGAL: MÁCULA AOS ARTS. 18, 24, 30, E 51, I, DO CÓDEX CONSUMERISTA.

O aparato Jurisdicional já reconheceu, por diversas vezes, ser enganosa a publicidade promovida pela Apple. Porém, essa empresa global insiste em propalar anúncios destituídos de escrúpulos e aptos a cercear a liberdade de escolha do consumidor – direito básico previsto no art. 6º, II, do CDC. Como foi exibido nos subtópicos precedentes, a Apple omite que as propriedades de resistência à água são testadas em condições controladas – utilizando-se água estática e pura – que não refletem as situações cotidianas encontradas pelos adquirentes, motivo pelo qual uma vasta gama de destinatários finais tem visto seus aparelhos tornarem-se obsoletos com contatos ínfimos com água de chuva, piscina, torneira, etc. Como já se pode imaginar, o judiciário tem sido cada vez mais acionado pelos vulneráveis e, concomitantemente, a Apple vem acumulando derrotas em diversas Cortes de todo Brasil.

No **Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo**, o tema controvertido já foi objeto de apreciação várias vezes¹¹⁵. Por sua vez, no **Tribunal de Justiça do Estado da Bahia**

¹¹⁴ (STJ, REsp 1784264/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 25/06/2019, DJe 20/08/2020).

¹¹⁵ A exemplo, em 14 de junho de 2021, a 30ª Câmara de Direito Privado deu provimento a Agravo de Instrumento que pugnava pela concessão de tutela provisória, para fins de substituir um iPhone SE 128 GB que “foi danificado após leve contato com o suor do agravante, contrariando a propaganda feita pela empresa no sentido de que o produto seria resistente à água (fls. 31/54), em condições muito mais adversas (trinta minutos por um metro de profundidade)”. Das razões que fundamentaram o aresto,

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



também são vistos vários arestos confirmando o quanto em espeque nesta exordial¹¹⁶. Em outra oportunidade, no **Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios**, a Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais julgou um litígio nos seguintes termos: “esta evidenciado que **a propaganda do réu foi capaz de induzir o consumidor a erro quanto à qualidade de resistência à água do aparelho celular adquirido**, de modo que se configura abusiva a exclusão da garantia”¹¹⁷. Outrossim, no **Tribunal de Justiça do Estado do Acre** também já foi reconhecido, pela Segunda Turma Recursal, a prática ilícita multicitada neste tópico jurídico¹¹⁸. Por outro giro, no **Tribunal de Justiça do Estado de Goiás**, a Quarta Turma Recursal julgou caso, em 10 de setembro de 2021, nestes mesmos termos¹¹⁹.

De mais a mais, no **Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro**, novamente a tese destacada neste tópico jurídico foi ressaltada¹²⁰. **Como amplamente demonstrado, amontoam-se acórdãos confirmando aquilo que se exhibe e denuncia nesta exordial. E não sendo o exposto até então considerado suficiente, impende novamente repisar que a conduta da Apple vem sendo combatida administrativamente não somente no Brasil, mas em sede internacional, em países como a Itália. As elevadas**

extrai-se, do voto da Desembargadora Maria Lúcia Pizzotti, que: “Este E. TJSP já acumula processos reconhecendo a venda enganosa feita pela empresa em seus produtos: AC n. 1038426-63.2020.8.26.0002, Des. Arthur Marques, 35ª C., julgado em 1.2.2021; AC n. 1009898-50.2019.8.26.0100, Des. Berenice Marcondes, 38ª C., julgado em 4.8.2020; AC n. 1010800-78.2018.8.26.0248, Des. Pedro Baraccat, 36ª C., julgado em 27.5.2019. (TJSP; Agravo de Instrumento 2114752-19.2021.8.26.0000; Relator (a): Maria Lúcia Pizzotti; Órgão Julgador: 30ª Câmara de Direito Privado; Foro Central Cível - 19ª Vara Cível; Data do Julgamento: 14/06/2021; Data de Registro: 14/06/2021).

¹¹⁶ Em 19 de junho de 2020, a 5ª Turma Recursal Cível, Consumidor, Trânsito e Criminal acordou em dar parcial provimento ao recurso interposto por uma consumidora, compelindo a Apple a, dentre outras obrigações, “reparar o aparelho objeto da lide ou substituí-lo por outro do mesmo modelo ou superior”. TJBA; Recurso Inominado, Número do Processo: 0212256-12.2019.8.05.0001, Relator(a): PAULO CESAR BANDEIRA DE MELO JORGE, Publicado em: 19/06/2020.

¹¹⁷ TJDF, Recurso Inominado, processo n. 07031901820208070014, Relator: AISTON HENRIQUE DE SOUSA, Primeira Turma Recursal, data de julgamento: 29/01/2021, publicado no DJE: 24/02/2021. Cf. também: TJDF, Recurso Inominado 07164846820198070016, Relator: SONÍRIA ROCHA CAMPOS D'ASSUNÇÃO, Primeira Turma Recursal, data de julgamento: 7/11/2019, publicado no DJE: 18/11/2019.

¹¹⁸ TJAC, Relator (a): Juiz de Direito Hugo Torquato; Comarca: Rio Branco - Juizados Especiais; Processo 0003087-46.2020.8.01.0070; 2ª Turma Recursal; Data do julgamento: 17/06/2021; Data de registro: 02/07/2021.

¹¹⁹ TJGO, Recurso Inominado 5132639.59.2020.8.09.0133. Relator: DIORAN JACOBINA RODRIGUES. 4ª Turma Recursal dos Juizados Especiais. Julgado em 10/09/2021. Publicado em 17/10/2021). Cf. também: TJGO, RECURSO INOMINADO Nº 5173538-88.2019.8.09.0051. Relator: Fernando César Rodrigues Salgado. 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais. Julgado em 03/03/2021. Publicado em 09/03/2021. TJGO, RECURSO INOMINADO Nº 5160555.57.2019.8.09.0051. Relator: Fernando César Rodrigues Salgado. 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais. Julgado em 02/06/2021. Publicado em 04/06/2021.

¹²⁰ TJRJ, Recurso Inominado 0100203-98.2019.8.19.0001. Relatora: MARCIA CORREIA HOLLANDA. Quinta Turma Recursal Cível. Julgado em 09/10/2019. Publicado em 11/10/2019.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

multas que esses Órgãos vêm aplicando nesta multinacional, inclusive, foram fatos amplamente mencionado em diversos arrestos exibidos acima. Assim, tal como têm atuado os Órgãos da administração pública, defendendo os vulneráveis ao invés de impedir que outros danos coletivos se materializem, pugna e acredita o MPBA que também ocorrerá *in casu*, com a concessão da tutela pleiteada nesta ACP.

A Ré não pode excluir a garantia acerca de todo e qualquer dano proveniente de líquidos, sobretudo porque possui a responsabilidade objetiva pelos vícios presentes nos produtos que comercializa (arts. 18 e 23 do CDC). Em outras palavras, ao informar que os iPhones possuem determinada resistência a água, por menor que essa viesse a ser, a Apple está obrigada a garantir que os mencionados aparelhos possuirão tais atributos; inclusive **responsabilizando-se objetivamente (ou seja, independentemente de ter ou não culpa) pelos casos em que tais mercadorias, em decorrência de vícios por inadequação, não cumpram os fins prometidos.**

A garantia de adequação foi erigida a patamar elevadíssimo dentro do sistema que protege os vulneráveis, de modo que o legislador infraconstitucional fez questão de reforçar, por duas vezes, nos arts. 24 e 51, I, do CDC, a impossibilidade de exoneração ou limitação desse direito – muito embora tal proibição já decorresse *ex lege*, por conta da própria natureza cogente das normas consumeristas (art. 1º). Descendo a minudências, o art. 24 primeiramente estatuiu que a garantia de adequação sequer depende de termo escrito ou expresso para existir. A segunda assertiva que compõe o predito dispositivo vedou que o fornecedor excluísse o seu dever legal de zelar pela qualidade e adequação dos bens de consumo. Em seguida, arregimentando o que já era evidente, o inciso I do art. 51 deste mesmo *Códex* preconizou expressamente que são nulas de pleno direito as cláusulas contratuais que “impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos”.

Portanto, não pode a Apple, a *contrario sensu* do quanto previsto na Lei Federal nº 8.078/90, subtrair dos destinatários finais direito que lhes é incondicional, ilimitado e irrestrito; ilegalmente colocando o dogma da “suposta vontade” (pois os consumidores ainda são enganados) acima das normas de ordem

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

pública contida no Diploma Consumerista. Outrossim, convém ressaltar que – ainda que conste no site da Apple e no Manual de Usuário do iPhone que “A resistência à água, poeira e respingos, não é uma condição permanente e pode diminuir com o tempo, não sendo os danos causados por líquido cobertos pela garantia” – tal informação, por três fortes motivos, JAMAIS pode ser considerada apta a afastar/limitar a garantia legal de adequação dos iPhones no que concerne a resistência a água.

1.6. DOS ARTIFÍCIOS UTILIZADOS PELA APPLE PARA, ATRAVÉS DAS ASSISTÊNCIAS TÉCNICAS), TOLHER O DIREITO DOS CONSUMIDORES DE EXIGIR A SUBSTITUIÇÃO DAS PARTES VICIADAS: CONSTATAÇÃO DA PRÁTICA ABUSIVA PREVISTA NO 39, IV, DO CDC.

A responsabilidade do fornecedor pelos vícios do produto só pode ser excluída quando causas, previstas em lei, fulminarem a sua obrigação de assumir os encargos das ocorrências sobrevindas no plano fático. O CDC contempla as excludentes de responsabilidade somente na seção que trata dos acidentes de consumo, porém as mesmas hipóteses lá existentes aplicam-se adrede às questões envolvendo vícios por inadequação. Assim, a norma que também se extrai do art. 12 deste *Códex* é que o fabricante “só não será responsabilizado quando provar”: I) que não colocou o produto no mercado; II) que, embora haja colocado o produto no mercado, o vício inexistente; III) que a culpa é exclusiva do consumidor ou de terceiros. Nessa mesma toada, entende o Superior Tribunal de Justiça que “É do fornecedor o ônus de provar a ocorrência das excludentes de responsabilidade”¹²¹.

Ocorre que a Apple, utilizando-se da sua força fática e técnica perante os vulneráveis, não comprova que os destinatários finais incorreram em mau uso e, mesmo assim, exclui sua responsabilidade a pretexto de ter ocorrido “culpa exclusiva do consumidor”. Essa prática abusiva é implementada por meio das Assistências Técnicas Autorizadas, que utilizam do “sistema de detecção de água dos iPhones” (o “LCI”) para menoscar dos direitos previstos no art. 18 do CDC e lucrar em cima dos consumidores que, além de estarem padecidos de danos

¹²¹ (STJ, Resp. 685.662/RJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, DJ 05/12/2005).

materiais, encontram-se com suas legítimas expectativas maculadas.

O sistema "LCI" deveria ser feito para especificar a profundidade e o tempo de submersão em água que os aparelhos foram submetidos, assim como a força ou pressão dos líquidos que adentrassem aos invólucros. Afinal, os produtos são ofertados como resistentes a submersão temporária (trinta minutos) entre 6 (seis) e 1 (um) metros de profundidade, e SOMENTE se o sistema LCI indicasse violações a esses parâmetros, poder-se-ia falar em mau uso dos celulares no que concerne à resistência à água. Nesses casos de uso fora das instruções técnica indicadas, a Apple poderia excluir sua responsabilidade pelo vício comprovando que a culpa foi exclusivamente dos consumidores (como ocorreria também quando os aparelhos sofressem quedas graves que danificassem sua estrutura e permitisse o ingresso de água).

Contudo, como já foi narrado, o LCI não fornece NENHUMA informação no sentido mencionado acima, apenas servindo para indicar que "entrou água nos aparelhos". E a Apple, sem cumprir o *ônus probandi* que lhe compete, exclui toda a garantia de adequação dos iPhones caso os LCI's sejam meramente ativados, o que ocorre caso haja o contato com qualquer quantia de água. Tal conduta é claramente descabida, pois, caso um consumidor adquira um iPhone com vícios ocultos (LCI's já ativos ou com proteção IP diminuída, causando uma menor vedação), o mesmo será obrigado a assumir as consequências por um problema que efetivamente não deu azo. Não somente isso, é preciso lembrar que as propagandas da Apple induzem os telespectadores a pensarem que podem molhar os iPhones e as próprias instruções do fabricante ordenam "enxaguar" os aparelhos:

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR
Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001
TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



Os dispositivos iPhone 13, iPhone 13 mini, iPhone 13 Pro, iPhone 13 Pro Max, iPhone 12, iPhone 12 mini, iPhone 12 Pro, iPhone 12 Pro Max, iPhone SE (2ª geração), iPhone 11, iPhone 11 Pro, iPhone 11 Pro Max, iPhone XS, iPhone XS Max e iPhone XR são resistentes a derramamentos acidentais de líquidos comuns, como refrigerante, cerveja, café, chá e suco. Em caso de respingo, enxágue a área afetada com água da torneira e depois [seque o iPhone com um pano](#).

Para evitar dano por líquido, evite:

- Nadar ou tomar banho com o iPhone
- Expor o iPhone a água pressurizada ou em alta velocidade, como no chuveiro ou ao praticar esportes aquáticos
- Usar o iPhone em sauna, seca ou a vapor
- Submergir o iPhone em água intencionalmente
- Operar o iPhone fora das faixas de temperatura sugeridas ou em condições de extrema umidade
- Deixar cair ou sujeitar o iPhone a outros impactos
- Desmontar o iPhone, incluindo a remoção de parafusos

Como se pode notar, se cair um mero respingo em um iPhone, a instrução do fabricante é lavar o produto com água de torneira. Porém, logo abaixo dessa instrução há a recomendação de que, “Para evitar danos por líquidos”, é preciso evitar “Expor o iPhone a água pressurizada” ou “Submergir o iPhone em água intencionalmente”. Essa passagem contraditória, por força do art. 47 do CDC, só pode ser interpretada de maneira mais favorável ao consumidor, sobretudo visando proteger a sua vulnerabilidade técnica acerca do funcionamento dos aparelhos. Contudo, tal trecho nunca é visto pelas Assistências Técnicas como argumento apto a propiciar o devido reparo, sendo sempre uma causa de “mau uso do iPhone”. Portanto, caso o LCI se ative porque o consumidor cumpriu taxativamente a instrução do fabricante, esse destinatário final ficará em total desamparo. **Ora, é inequívoco que a Ré perpetua uma prática abusiva e intolerável, pois não apenas tolhe o consumidor do seu direito de reparo previsto no art. 18 do CDC, mas efetivamente culpa o destinatário final, de maneira injusta, pelo ocorrido; compelindo-o à aquisição de novos celulares.**

Herman Benjamin ministra que “as práticas abusivas podem ser contratuais (aparecem no interior do próprio contrato), pré-contratuais (atuam na fase do ajustamento contratual) e pós-contratuais (manifestam-se sempre após a contratação)”¹²², não estando regradas somente em ponto específico do CDC, pois espalham-se por todo o Diploma Consumerista e

¹²² BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. *et al.* Das práticas comerciais. In: *Código brasileiro de defesa do consumidor*. comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 409.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801





tampouco limitam-se a esse¹²³. **A Apple, no caso *sub examinem*, além de dar azo a práticas abusivas antes e durante a contratação (respectivamente, a promoção de publicidade enganosa e a celebração de contratos com cláusulas leoninas que limitam indevidamente a garantia), efetivamente abusou dos vulneráveis após a celebração dos negócios jurídicos.** De modo mais exato, A Ré aviltou contra o quanto expressamente proibido no art. 39, IV, da multicitada */ex*.

Portanto, para que haja exclusão da responsabilidade pela constatação da culpa exclusiva do consumidor, o laudo técnico exarado deve, com a devida comprovação, indicar o tempo e a profundidade para o qual o aparelho fora submetido, bem como a pressão/força da água que eventualmente adentrou o invólucro. Vale frisar que, caso está fornecedora mundial não seja capaz de criar um sistema que identifique tais questões, a mesma deve simplesmente parar de anunciar os iPhones como resistentes a água, ou senão sempre respeitar, em caso de danos por líquidos, aquilo que consta no art. 35 do CDC e pode ser exigido pelo consumidor. Afinal, como é cediço, a *ratio essendi* do CDC é voltada para a proteção dos vulneráveis, e esse prestígio ao princípio do *favor debilis* jamais será alcançado caso condutas embasadas na vulnerabilidade dos destinatários finais não sejam obstaculizadas.

2. DA DISPONIBILIZAÇÃO DE PRODUTOS VICIADOS DEVIDO À AUSÊNCIA DE ESCLARECIMENTOS SOBRE O USO EM PAÍS DISTINTO E/OU DEMAIS PROBLEMAS TÉCNICOS: RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DAS EMPRESAS DO GRUPO "APPLE".

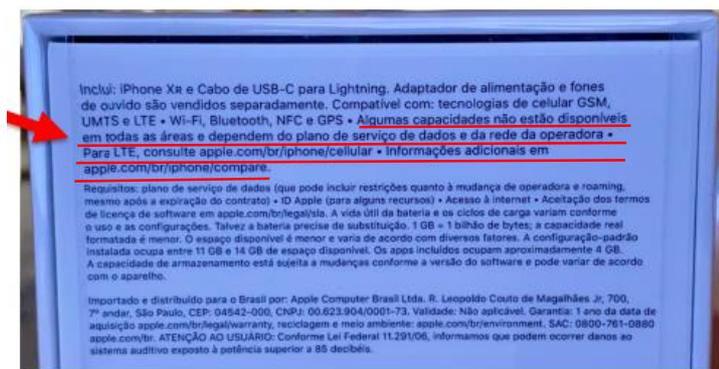
2.1. INFORMAÇÕES ESSENCIAIS TRANSPASSADAS DE MODO INADEQUADO ("EM ETAPAS") E CONVERSÃO DO DEVER DE INFORMAR EM OBRIGAÇÃO DE SE INFORMAR.

Como mencionado no substrato fático, a própria Apple informou, em manifestação no bojo do mencionado Inquérito Civil, que os iPhones não são fabricados para serem compatíveis

¹²³ Ibidem, p. 408.

com a rede e sinal de todas as regiões. Em verdade, cada região/país possui um modelo específico fabricado para naquela localidade funcionar, conforme a frequência de rede e sinal locais. Assim, ao utilizar um aparelho iPhone, em uma região/país, para o qual não foi projetado para funcionar, problemas sistêmicos de perda de sinal, *internet* e conectividade podem vir a ocorrer. É fato notório o **caráter essencial das citadas informações sobre o funcionamento dos aparelhos iPhone**, sobretudo quando se trata de relações jurídicas celebradas com consumidores turistas, considerados hipervulneráveis. Caso tais dados não sejam informados – ou o sejam de modo inadequado –, ocorrerão verdadeiros danos aos destinatários finais, que irão adquirir produtos que não funcionarão adequadamente nos locais onde cotidianamente serão utilizados.

Ocorre que a Apple, ciente da essencialidade desses dados, informa ao consumidor de modo parco e totalmente inadequado. A multicitada Empresa comunica céleres frases aos clientes – no verso das caixas dos iPhones ou nas minúsculas notas de rodapé presentes nas especificações técnicas dos produtos ofertados no seu site–, sendo que tais frases sequer informam os locais onde os modelos ofertados possuirão a devida compatibilidade com a rede e sinal. Os destinatários finais não são nem mesmo advertidos de que, caso não escolham um produto compatível à sua localidade, ou realizem viagens internacionais para outras regiões, seus aparelhos poderão sofrer problemas sistêmicos de funcionamento. Ao invés disso, as assertivas apenas indicam uma página virtual que o sujeito pode acessar para se informar de fato. Vejamos as fotos, anexadas pela própria Apple aos autos, da caixa dos aparelhos e das notas de rodapé dos produtos postos à venda no seu sítio virtual.



PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR
Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001
TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

4. É preciso ter um plano de dados. 4G LTE Advanced, 4G LTE, VoLTE e chamadas Wi-Fi só estão disponíveis em alguns países e por meio de determinadas operadoras. As velocidades são baseadas em taxas de transferência teóricas e variam de acordo com as condições e operadoras locais. Para obter detalhes sobre a compatibilidade com LTE, entre em contato com sua operadora e consulte apple.com/br/iphone/LTE.

Da forma em que as informações são transmitidas, um consumidor-turista, que se dirige a uma loja física da Apple, visando à aquisição de um iPhone, só irá descobrir que se trata de um modelo que não funciona adequadamente em seu país **se analisar as informações do verso das caixas e: (i) saber o que significa "LTE", pois só assim entenderá a frase da caixa que afirma "Para LTE, consulte apple.com.br/iphone/cellular"; (ii) deduza que precisa visitar o site informado, dado que a Apple sequer deixa claro, na mensagem, que tal diligência é necessária quando se vai adquirir um produto para outra localidade; e (iii) caso o consumidor possua algum outro aparelho, com acesso à internet, que o possibilite perquirir no site da Apple.**

Já os "consumidores virtuais" que tenham interesse em importar algum iPhone, só descobrirão que o modelo preterido não é adequado para a sua região **se analisarem as informações das notas de rodapé das especificações técnicas dos produtos vendidos no site da Apple e: (i) se atentar para minúscula nota de rodapé posta no final das especificações técnicas do produto; (ii) saber o que significa "LTE", pois só assim entenderá a frase "Para obter detalhes sobre a compatibilidade com LTE, entre em contato com a sua operadora e consulte apple.com.br/iphone/LTE."; e (iii) deduzam que é imprescindível visitar a página indicada para maiores informações – pois, novamente ressaltando, a Apple não deixa explícita essa necessidade quando se vai importar um produto.**

Como se observa, há vários enclaves para que os destinatários finais apenas acessem a página virtual onde a Apple supostamente os informaria sobre quais modelos funcionam na sua região/país. A multicitada fornecedora, ao exercer o seu dever ativo de informar nesses moldes, INDUBITAVELMENTE viola a especial tratativa que o CDC fornece ao direito à informação, violando os arts. 6º, inciso III, e 31 deste Diploma. Conforme se extrai de aresto do STJ, de relatoria do Ministro Herman Benjamin, a "Informação adequada, nos termos do

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

art. 6º, III, do CDC, é aquela que se apresenta simultaneamente completa, gratuita e útil [...]”¹²⁴. E para alcançar tal mister, também cumprindo o art. 31 deste mesmo Diploma, “A informação deve ser correta (= verdadeira), clara (= de fácil entendimento), precisa (= não prolixa ou escassa), ostensiva (= de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa”¹²⁵.

Primeiramente, as informações prestadas pela Apple não são claras e ostensivas pois exigem entendimentos técnicos dos destinatários finais (sobre “LTE”, por exemplo) que estes, por serem pessoas físicas e terem vulnerabilidade técnica presumida, na gradíssima maioria das vezes não possuirão. Em segundo lugar, a falta de clareza e ostensividade também se evidenciam porque a informação de que os iPhones são compatíveis somente com regiões/países determinados – tão essencial a qualquer usuário – é transmitida somente de modo fragmentado, “em etapas”. E não sendo isso absurdo o suficiente, o consumidor sequer é advertido de que obrigatoriamente deve seguir tais etapas em busca da informação final, sob o risco de comprar um aparelho que não funcionará adequadamente na sua região, caso seja um turista ou alguém que está realizando uma importação. **Assim sendo, a Apple literalmente transforma a sua obrigação de informar ativamente, em um dever dos vulneráveis de previamente informarem-se.**

Em situações como essas o Superior Tribunal de Justiça tem constatado efetiva violação aos princípios da transparência, confiança e boa-fé objetiva. A título de exemplo, pode-se citar um julgado recente e muitíssimo semelhante ao dos autos, no qual a fornecedora FIAT deixou de informar sobre a incompatibilidade do dispositivo de comunicação Bluetooth oferecido (“Fiat Conect”) com alguns modelos de celular. Como relator do caso, o Min. Herman Benjamin proveu parcialmente recurso impetrado pela FUNDAÇÃO PROCON, reconhecendo a responsabilidade administrativa solidária do fabricante pelo vício informacional. Nas razões que fundamentaram seu voto, o doutrinador asseverou: **“No discurso de consumo, algo não pode ser essencial ao ponto de merecer inclusão, pelo fornecedor, no conteúdo da oferta e, simultaneamente, não essencial para justificar não fazê-lo de maneira**

¹²⁴ (STJ, REsp 586.316/MG, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 17/04/2007, DJe 19/03/2009).

¹²⁵ (STJ, REsp 586.316/MG, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 17/04/2007, DJe 19/03/2009).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

adequada, clara e precisa, sendo insuficiente completar a informação em local ou documento apartado, como site e manual de instrução¹²⁶.

Ainda conforme o Min. Benjamin, “Entendimento diverso caracteriza, para mais de **descarada *contradictio in terminis***, afronta aos princípios da transparência, boa-fé objetiva, confiança, livre escolha e vulnerabilidade do consumidor, pilares ético-jurídicos do microsistema do CDC”¹²⁷. Em outro julgado, ocorrido em outubro de 2019, o mesmo jurista já havia perfilhado que “Viola os princípios da vulnerabilidade, da boa-fé objetiva, da transparência e da confiança **prestar informação por etapas** e, assim, compelir o consumidor à tarefa impossível de juntar pedaços informativos esparramados em mídias, documentos e momentos diferentes”¹²⁸. Também frisou que é “[...] absurdo esperar que, para cada produto ou serviço oferecido, o consumidor se comporte como **Sherlock Holmes improvisado e despreparado à busca daquilo que, por dever *ope legis* inafastável, incumbe somente ao fornecedor**”¹²⁹.

O Ministro ainda fez constar que “Seria transformar o destinatário-protégido, à sua revelia, em protagonista do discurso mercadológico do fornecedor, atribuindo e transferindo ao consumidor missão inexecutável de vasculhar o universo inescrutável dos meios de comunicação, invertendo tanto o ônus do dever legal como a *ratio* e o âmago do próprio microsistema consumerista”¹³⁰. De mais a mais, ainda é mister mencionar mais um julgado desta Corte Superior, o qual demonstra como a mácula ao direito à informação enseja a consequente violação dos direitos básicos à liberdade de escolha e à prevenção dos danos. Trata-se do julgamento do REsp 1.364.915/MG, de relatoria do Ministro Relator Humberto Martins, da Segunda Turma do STJ.

Como se extrai deste aresto, “A liberdade de escolha do consumidor, direito básico

¹²⁶ (STJ, REsp 1784264/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 25/06/2019, DJe 20/08/2020).

¹²⁷ (STJ, REsp 1784264/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 25/06/2019, DJe 20/08/2020).

¹²⁸ (STJ, REsp 1802787/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 08/10/2019, DJe 11/09/2020)

¹²⁹ (STJ, REsp 1802787/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 08/10/2019, DJe 11/09/2020)

¹³⁰ (STJ, REsp 1802787/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 08/10/2019, DJe 11/09/2020)

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

previsto no inciso II do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, está vinculada à correta, fidedigna e satisfatória informação sobre os produtos e serviços postos no mercado de consumo”. Logo, “se a informação é adequada, o consumidor age com mais consciência; se a informação é falsa, inexistente ou omissa, retira-se-lhe a liberdade de escolha consciente.”. Contudo, pontuou o Min. Humberto Martins que, **“Não obstante o amparo legal à informação e à prevenção de danos ao consumidor, as infrações à relação de consumo são constantes, porque para o fornecedor, lamentavelmente, o lucro gerado pelo dano poderá ser maior do que o custo que terá com a reparação do prejuízo causado ao consumidor; daí a importância da tutela da informação, entre outras formas de proteção”**.

De todo o exposto, denota-se que a atitude da Apple é o mais claro exemplo do descumprimento do dever de informar. Esta Empresa, de poderio fático e econômico inquestionável, demonstrou que não se importa com a possibilidade de provocar danos materiais aos seus usuários. Afinal – sabendo que só dispõe de informações parcas e totalmente inadequadas sobre esses dados essenciais ao uso dos seus produtos – aduziu que “Quando o consumidor opta por adquirir um aparelho celular no exterior ou um aparelho importado [...] este se sujeita ao risco de o aparelho não ser compatível com a rede de telefonia e dados móveis [...]”. A Apple ressuscita a injusta máxima do *caveat emptor* (o risco é de quem compra, ou “o consumidor que se cuide”), a qual foi rechaçada não só pelo CDC, mas por sistemas de proteção ao consumidor em todo mundo, sendo muito mais do que necessário a intervenção do Ministério Público a fim de, por meio do aparato jurisdicional, recompor a ordem jurídica.

2.2. DO EFETIVO VÍCIO INFORMACIONAL EXISTENTE NO SÍLIO ELETRÔNICO DA EMPRESA APPLE.

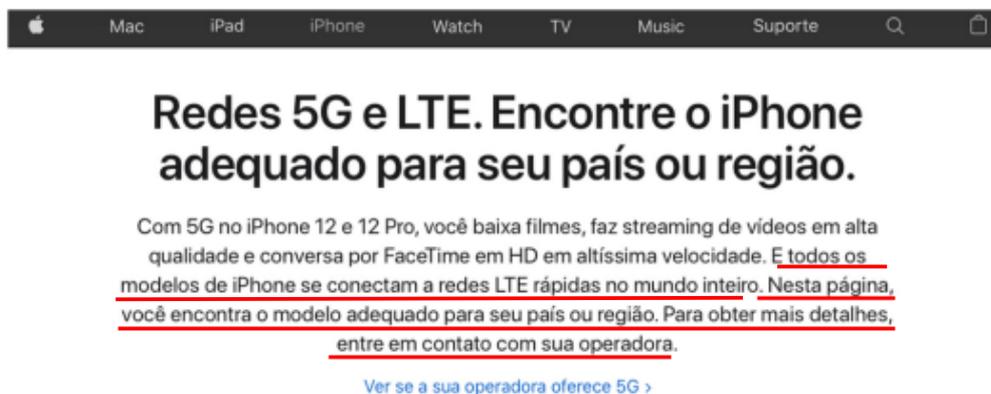
Por fim, para além de tudo que já foi exposto, ainda é preciso pontuar que a Apple – na página do seu site em que supostamente “instruiria” os clientes acerca de como funciona o sistema de conectividade dos iPhones – promove efetivo vício informacional, induzindo os poucos leitores, que acessem tal página eletrônica, a erro. Isso se dá, pois, existe uma mensagem, no início da página, veiculando exatamente o oposto de como funciona o sistema

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

de conectividade dos iPhones. Trata-se do seguinte trecho: “**E todos os modelos de iPhone se conectam a redes LTE rápidas do mundo inteiro.** Nesta página você encontra o modelo mais adequado para sua região” (Grifos nossos). Vejamos esse mesmo fragmento na captura de tela que a própria Apple colocou no Inquérito Civil:



Ao tempo de redação desta exordial, essa página virtual foi modificada, porém continua exibindo a mesma mensagem, vejamos:



Como se pode notar, a mensagem dá a entender que o “modelo adequado para seu país ou região” não passa de uma mera recomendação, podendo o consumidor escolher qualquer um sem maiores problemas; afinal, “**todos os modelos de iPhone se conectam a redes LTE rápidas no mundo inteiro**”. Esta marca global poderia ter evitado todos esses

problemas informacionais, aqui exibidos, apenas colacionando, abaixo das imagens dos iPhones (nas caixas e nos que são ofertados virtualmente no site), em letras legíveis e de fácil constatação, a seguinte mensagem: “iPhone XR (modelo) feito para ser compatível somente com as frequências de rede e sinal dos locais (países/regiões). Atenção, não adquira este produto, caso deseje utilizá-lo somente em outros países/regiões, pois poderão haver falhas de sinal e rede quando lá forem utilizados”.

Nesse sentido, é preciso recordar que, conforme entendimento do STJ, “a obrigação de informação é desdobrada pelo art. 31 do CDC em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (= características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (= como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (= custo, formas e condições de pagamento), e d) informação-advertência (= riscos do produto ou serviço)”¹³¹. **Portanto, informar aos consumidores adequadamente sobre as limitações de compatibilidade de rede e sinal dos iPhones a determinadas regiões, constitui verdadeira obrigação positiva, extraída da inteligência do art. 31 do CDC.** Impingir esse ônus ao fornecedor é necessário, máxime porque está se falando, *in casu*, de características intrínsecas dos iPhones (**informação-conteúdo**), onde os produtos devem ser utilizados (**informação-utilização**), bem como os riscos de não seguir tais instruções (**informação-advertência**).

Assim, não restam dúvidas de que a Apple deve ser objetivamente responsabilizada no caso *sub examinem*. O próprio art. 18 do CDC é expresso nesse sentido, ao pontuar que os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios informacionais. Para mais, no caso controvertido, ainda se aplica o quanto previsto no § 3º deste mesmo dispositivo, pois (i) o celular é um produto inequivocamente essencial; (ii) caso o produto adquirido não seja homologado pela ANATEL não será possível a “substituição das partes viciadas”, mas tão somente “a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso” ou “a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos” – cabendo aos destinatários finais exigirem uma dessas opções, alternativamente e à sua escolha, conforme

¹³¹ (STJ, REsp 586.316/MG, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 17/04/2007, DJe 19/03/2009).

consta no art. 18 do CDC).

2.3. DO VÍCIO INFORMACIONAL PROMOVIDO POR PREPOSTOS EM PAÍSES EXTRANGEIROS E DA NECESSÁRIA APLICAÇÃO DA TEORIA DA APARÊNCIA PARA OS CASOS DE PRODUTOS ADQUIRIDOS NO EXTERIOR: INAPLICABILIDADE DA EXCLUSÃO DE RESPONSABILIDADE SOB A ALEGAÇÃO DE "NÃO COLOCAÇÃO DO PRODUTO NO MERCADO".

Por derradeiro, também compete à Apple responder solidariamente, nos termos do art. 24 do CDC, pelos episódios nos quais os seus prepostos induzem os clientes a erro no momento das vendas de iPhones em solo estrangeiro, afirmando que os aparelhos funcionam perfeitamente no Brasil quando, em verdade, são incompatíveis com a rede e sinal nacionais, além de não possuírem homologação da ANATEL. Para os vários casos como esses, a Apple Brasil deve ser comparada à Apple Inc., pois é plenamente cabível a aplicação da Teoria da Aparência, que já vem sendo reconhecida e ratificada pelo STJ deste a ocorrência de um caso paradigma envolvendo a PANASONIC. Foi quando, por maioria, a Quarta Turma do Superior Tribunal de Justiça – na figura dos Exímios Ministros Salvio de Figueiredo Teixeira; Cesar Asfor Rocha e Ruy Rosado de Aguiar – acordou em reconhecer e dar provimento ao recurso no qual um consumidor, que adquiriu uma câmera em Miami (EUA), em causa própria pleiteava que a empresa Panasonic do Brasil Ltda. fosse responsabilizada, no que concerne aos efeitos da garantia, pela qualidade do produto que o destinatário final adquiriu em outro país.

Nas razões que fundamentaram seu voto, posteriormente adstritas à ementa do próprio acórdão, o Min. Salvio de Figueiredo Teixeira ressaltou: **"se a economia globalizada não tem fronteiras rígidas e estimula e favorece a livre concorrência, é preciso que as leis de proteção ao consumidor ganhem maior expressão em sua exegese, na busca do equilíbrio que deve reger as relações jurídicas [...]"**. Ademais, sendo verdadeiramente vanguardista, frisou o Ministro que, "Dentro dessa moldura, não há como dissociar a imagem da recorrida 'Panasonic do Brasil Ltda' da marca mundialmente conhecida 'Panasonic'". Portanto, concluiu que "se aquela se beneficia desta, e vice-versa, devem, uma e outra, **arcar igualmente com as conseqüências (sic) de eventuais deficiências dos produtos que anunciam e comercializam, não sendo razoável que seja o**

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

consumidor, a parte mais frágil nessa relação, aquele a suportar as conseqüências (sic) negativas da venda feita irregularmente, porque defeituoso o objeto”¹³².

Posteriormente ao histórico aresto *supra*, os Ministros Herman Benjamin e Marco Buzzi foram Relatores de julgados envolvendo situações semelhantes, em que também foi aplicada a Teoria da Aparência. O primeiro Ministro, em sede do REsp 1709539/MG, aduziu que quando sofisticadas e massivas campanhas publicitárias “[...] são veiculadas de maneira a estimular sentimento, percepção e, correlatamente, expectativas legítimas dos consumidores, de um produto ou serviço único, que dilui e supera fronteiras nacionais - tornando irrelevante o país em que a operação negocial venha a se realizar -, **justifica-se afastar a formalidade burocrática do nome do fornecedor ocasionalmente estampado na Nota Fiscal ou no contrato**”.

Ademais, Herman Benjamin asseverou que **“É exatamente por conta da teoria da aparência e da teoria da confiança que os fabricantes de marcas globalizadas, por meio de seus representantes no Brasil, respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade” (art. 18) que se apresentem nos bens de consumo ofertados**”. Afinal, **“Não custa lembrar que, no microsistema do CDC, existe inafastável obrigação de assistência técnica, associada não só ao vendedor direto, como também ao fabricante e ao titular da marca global, em nome próprio ou por meio de seu representante legal no país**”. Portanto, o Ministro conclui que “Investir maciçamente em marcas mundiais para, logo após, contraditoriamente e em detrimento de sujeitos vulneráveis, usar de artifícios jurídicos vetustos e injustos de uma contratualística ultrapassada (nos planos ético e político) para negar, no varejo dos negócios, o que, com afinco, se pregou a quatro ventos, caracteriza **venire contra factum proprium** (o proprium aqui significando a força comum e abrangente da marca globalizada), ou seja, prática abusiva, nos termos do art. 39 do CDC”¹³³.

Já o Ministro Marco Buzzi, em sede do REsp 1580432 / SP, apregoou que, por força da

¹³² (STJ, REsp 63.981/SP, Rel. Ministro ALDIR PASSARINHO JUNIOR, Rel. p/ Acórdão Ministro SÁLVIO DE FIGUEIREDO TEIXEIRA, QUARTA TURMA, julgado em 11/04/2000, DJ 20/11/2000).

¹³³ (STJ, REsp 1709539/MG, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 05/06/2018, DJe 05/12/2018).

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

Teoria da Aparência, o conceito legal de fornecedor também passa a englobar a figura do fornecedor aparente; “[...] **aquele que, embora não tendo participado diretamente do processo de fabricação, apresenta-se como tal por ostentar nome, marca ou outro sinal de identificação em comum com o bem que foi fabricado por um terceiro, assumindo a posição de real fabricante do produto perante o mercado consumidor**”. O Ministro Buzzi concluiu, portanto, que “O fornecedor aparente em prol das vantagens da utilização de marca internacionalmente reconhecida, não pode se eximir dos ônus daí decorrentes [...]”. Reconheceu, assim, a sua responsabilidade solidária “para arcar com os danos causados pelos bens comercializados sob a mesma identificação (nome/marca), de modo que resta configurada sua legitimidade passiva para a respectiva ação de indenização em razão do fato ou vício do produto ou serviço”¹³⁴.

De todo o exposto, não há dúvidas de que urge que a Apple Brasil seja responsabilizada pela aquisição equivocada de iPhones incompatíveis com a frequência de rede e sinais utilizada no Brasil. Como foi minuciosamente tratado, não é minimamente plausível que o vulnerável consumidor seja induzido a erro por vícios informacionais da própria Apple e, posteriormente, tenha que se responsabilizar pelo fato de o produto adquirido ser praticamente imprestável no local onde será utilizado. Compete à Apple, sobretudo em face dos deveres anexos que a boa-fé objetiva lhe imputa (informação, proteção e cuidado), realizar o devido reparo ou troca nos moldes do art. 18 do CDC. Afinal, lembra-se, está se trata de um consumidor, mera pessoa física, em detrimento de uma corporação global com o aporte financeiro superior ao Produto Interno Bruto (PIB) de diversos países.

2.4. DA OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA: PRÁTICA QUE VIOLA OS PRINCÍPIOS DA BOA-FÉ OBJETIVA, TRANSPARÊNCIA, CONFIANÇA E EQUILÍBRIO, ALÉM DE IGUALMENTE AVILTAR CONTRA VÁRIOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.

¹³⁴ (STJ, REsp 1580432/SP, Rel. Ministro MARCO BUZZI, QUARTA TURMA, julgado em 06/12/2018, DJe 04/02/2019).



Os vícios ocultos de sinal e conectividade em iPhones XR claramente são um problema sistêmico, reclamado por consumidores de várias partes do mundo. Incontáveis usuários relatam que, com o tempo de uso dos iPhones XR, começam a surgir e se intensificar problemas de sinal e conectividade. Ademais, o fato de a Apple escusar-se a reparar tais aparelhos apenas confirma o que já era o óbvio ululante: essa multinacional colocou diversos iPhones XR eivados de vícios ocultos no mercado de consumo, compelindo seus adquirentes a, entre os prazos de um e dois anos de uso, terem que adquirir novos produtos, pois os antigos já não desempenhavam mais as funções de sinal e conectividade. Em outros termos, essa multinacional deu azo àquilo que se chama de OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA.

Nessa senda, convém exaltar que a Lei Federal n.º 8.078/90 foi tão vanguardista à época de sua promulgação que, a despeito de não regular expressamente tal prática, estatuiu um amplo e maciço sistema proteção ao consumidor, com inúmeros dispositivos a serem invocados para defender os vulneráveis nessas circunstâncias. *Prima facie*, o CDC destacou a necessidade de se proteger o lado mais “débil” da relação por meio da garantia de adequação dos produtos e serviços, sendo registrado que esses deveriam possuir padrões adequados não somente de **durabilidade**, mas de qualidade, segurança e desempenho (art. 4º, inciso II, alínea d). *Pari passu*, foi definido que a **boa-fé objetiva**, a **transparência**, a **confiança** e a busca pelo equilíbrio nas relações entre destinatário final e fornecedor são princípios consumeristas – decorrentes da exegese do art. 4º deste Diploma – que sempre devem guiar os negócios jurídicos entabulados.

Já a transparência, nos dizeres de Cavalieri Filho, constitui uma derivação concretizadora da boa-fé, sendo desta uma espécie de subprincípio. Em síntese, “transparência importa em informações claras, corretas e precisas sobre o produto a ser fornecido, o serviço a ser prestado, o contrato a ser firmado – direitos, obrigações, restrições”¹³⁵. **Como é cediço, em consonância com o quanto explanado na parte fática desta Ação Civil Pública, a empresa APPLE vem transgredindo, de modo flagrante, as mencionadas regras ao alvedrio no microssistema consumerista vigente. Como se pode notar, a conduta**

¹³⁵ CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor*. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2019. p. 65.

da Apple de, sem informar a nenhum dos seus clientes, reduzir o desempenho de diversos iPhones já acometidos por problemas de bateria, bem como constantemente colocar outros celulares eivados de vícios ocultos no mercado, viola todos os mandados de otimização mencionados acima.

Não somente isso, essas práticas também menoscabam diversos direitos básicos que foram belicosamente adquiridos pelos consumidores, a exemplo da **liberdade de escolha** nas contratações; o acesso a **informações adequadas e claras** sobre os produtos/serviços; a **proteção contra práticas abusivas**; e a **efetiva prevenção de danos** (respectivamente, incisos II, III, IV e VI, do art. 6º do CDC). Isto posto, ainda não se pode olvidar que, em se tratando de obsolescência programada, um método comercial tão nefasto a todo o mercado – quiçá a todo o mundo, dado os problemas ambientais que provoca –, nenhuma outra contribuição proveniente do CDC ganha mais notoriedade e importância do que a **“personalização dos consumidores”**.

Novamente evocando a pedagógica doutrina de Cavalieri Filho, é preciso recordar que “A produção e o consumo em massa, amparados pelas teorias econômicas que lhe serviram de suporte – liberalismo, livre iniciativa, autonomia da vontade, neoliberalismo etc. –, levaram à despersonalização da pessoa humana que figurava no elo final da cadeia de consumo”¹³⁶. Logo, os vulneráveis passaram a ser considerados meros dados econômicos; entes abstratos que possuem relevância “tão elevada” quanto a de um mero número ou coisa de valor patrimonial. Contudo, como perfilha o autor, o CDC veio justamente para quebrar essa lógica mercadológica vil, pois resgatou a dimensão humana dos consumidores e passou a considerá-los não apenas sujeitos de direito, mas **titulares de direitos constitucionalmente protegidos**. Assim, “Proteger o consumidor, esse novo titular de direito, passou a ser um dever do Estado, consoante o art. 5º, XXXII, da Constituição”¹³⁷.

Contudo, a Apple não se atenta para esses parâmetros instituídos pelo *Códex* Consumerista, máxime porque essa empresa global não somente assumiu ter praticado obsolescência programada – ao comunicar publicamente que reduziu o desempenho de

¹³⁶ Ibidem, p. 116.

¹³⁷ Ibidem, idem.

iPhones antigos de modo velado –, como vem reiterando esta famigerada prática com a venda de produtos ocultamente viciados. Em ambos os casos, é fato notório que a Ré ilegitimamente subtrai a personalidade dos consumidores em prol de lucro próprio; como se a regra que vigesse as relações ainda fosse aquela que tenta erigir os interesses financeiros em detrimento da dignidade dos adquirentes. **Sua conduta desvalida de atenção, cuidado e boa-fé ante aos vulneráveis já redundou – ao menos nos episódios relacionados à redução de desempenho dos celulares antigos – em condenações por todo o mundo, havendo aplicação de sentenças e sanções em países como a Itália e França, além de um acordo multimilionário nos EUA, a fim de evitar as infundáveis demandas judiciais.**

Quanto à colocação de iPhones XR com vício oculto no mercado, o *Parquet* demonstrou, nos pressupostos fáticos, que a Ré vem sendo alvo de constantes reclamações e judicializações em várias partes do mundo. Não é minimamente lógico que um problema dessa magnitude seja uma mera obra do acaso, sobretudo porque a Apple tem se recusado a providenciar o devido reparo daqueles aparelhos que, coincidentemente, logo após o término da garantia param de funcionar em virtude de vício oculto na parte eletrônica do seu sistema interno. Há diversos laudos que atestam a vicissitude dos iPhones XR; aparelhos que, embora sejam vendidos como duráveis, constantemente têm sua vida útil precocemente ceifada, cerceando o tempo que o consumidor legitimamente espera que tais produtos funcionem.

O Min. Luís Felipe Salomão já abordou a questão da obsolescência programada e dos vícios ocultos em julgamento verdadeiramente histórico do Superior Tribunal de Justiça. Conforme se extrai da Ementa do aresto, **“independentemente de prazo contratual de garantia, a venda de um bem tido por durável com vida útil inferior àquela que legitimamente se esperava, além de configurar um defeito de adequação (art. 18 do CDC), evidencia uma quebra da boa-fé objetiva, que deve nortear as relações contratuais, sejam de consumo, sejam de direito comum”**. Isso porque “Constitui, em outras palavras, descumprimento do dever de informação e a não realização do próprio objeto do contrato, que era a compra de um bem cujo ciclo vital se esperava, de forma legítima e

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

razoável, fosse mais longo”. **Nesse sentido, é mister que o aparato jurisdicional brasileiro atue no sentido de reequilibrar a balança que, além de ser naturalmente desfavorável aos vulneráveis, encontra-se totalmente reclinada para o lado de quem já possui um poderio fático e econômico incontestável.**

6. DA CONFIGURAÇÃO DE PREJUÍZOS PARA OS CONSUMIDORES E DO DANO MORAL COLETIVO: CONSTATAÇÃO DE REITARADAS CONDUTAS INJUSTAS E INTOLERÁVEIS, ALÉM DE AMPLO DESVIO DO TEMPO ÚTIL DOS CONSUMIDORES.

A Lei Federal n.º 8.078/90 adotou o princípio da reparação integral dos danos, conforme o art. 6º, inciso VI, consubstanciando não só o direito ao efetivo ressarcimento, mas a também à prevenção dos danos patrimoniais e morais, individuais, **coletivos e difusos, bem como a restituição do indébito**. Assim, todo e qualquer prejuízo material ou moral sofrido pelos consumidores pressupõe a devida reparação, correspondendo a mais um direito básico da categoria. Contudo, embora o legislador infraconstitucional tenha previsto, como regra basilar, a prevenção, é realidade comum a ocorrência de acontecimentos e danos indesejáveis, hipóteses em que a indenização terá que ser fixada¹³⁸. ***In casu*, a postura arbitrária das Ré – dando azo a práticas abusivas como promoção de oferta/publicidade enganosa, limitação da garantia legal de adequação dos produtos, obsolescência programada, etc. – manifesta irrefutáveis máculas aos princípios e dispositivos norteadores do Direito do consumidor. Tais condutas atingem os adquirentes dos bens individualmente e à comunidade em dimensão difusa, dando fundamento ao pleito referente à reparação por dano moral coletivo.**

Tal modalidade de lesão já foi definida e deferida pelo Superior Tribunal de Justiça, segundo o qual “o dano moral coletivo é aferível *in re ipsa*, ou seja, sua configuração decorre da mera constatação da prática de conduta ilícita que, de maneira **injusta e intolerável**, viole direitos de conteúdo extrapatrimonial da coletividade”¹³⁹. No caso *sub judice*, somente a

¹³⁸ PETITPIERRE, Gilles. *La Responsabilité du Fait des Produits*. Les Bases d'une responsabilité spéciale en droit suisse, a la lumière de l'expérience des États-Unis. Genève: Librairie de L'Université Georg & Cie S.A. 2001. p. 19.

¹³⁹ Informativo de Jurisprudência nº618, STJ. REsp 1.517.973-PE, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, por unanimidade, julgado em 16/11/2017, DJe 01/02/2018.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

oferta/publicidade enganosa e a obsolescência programada já comprovam o caráter indubitavelmente coletivo desta contenda, vez que não é possível mensurar a multiplicidade de sujeitos atingidos pelas agruras que tais condutas ensejam. Como afirma Herman Benjamin, o traço patológico, referente à publicidade enganosa, “afeta não apenas os consumidores, mas também a sanidade do próprio mercado”, pois **“Provoca, está provado, uma distorção no processo decisório do consumidor, levando-o a adquirir produtos e serviços que, estivesse melhor informado, possivelmente não o faria”**.

O doutrinador sustenta que “a publicidade, embora ainda enxergada como mercadologicamente importante, passa a ser igualmente vista como manifestação social difusa”, concluindo-se que **“os malefícios que ocasionalmente provoca no mercado são, pela mesma razão, difusos”**¹⁴⁰. Por consequência, torna-se admissível **“a postulação – e deferimento – de pleitos indenizatórios difusos para o atuar publicitário patológico (em particular a publicidade enganosa e abusiva), mesmo quando inexistente qualquer dano individual concretizado e identificado”**¹⁴¹. Isto posto, é necessário frisar que, no caso em debate, foram consumados efetivos danos à comunidade, pois pessoas, em todo o mundo, foram induzidas a erro imaginando que os iPhones têm uma proteção contra água maior do que ele realmente possui.

Não somente isso, é impossível contabilizar quantos tiveram seu direito de reparo negado em virtude de “danos por líquidos”, sobrevivendo efetivos prejuízos materiais. Também não é possível descrever a quantidade de consumidores que, de modo velado, tiveram seus celulares afetados por *softwares* que reduzem a velocidade e o desempenho dos aparelhos, sendo compelidos à aquisição precoce de novos produtos. *Pari passu*, não se pode olvidar de vulneráveis consumidores turistas que, imaginando estarem fazendo ótimas aquisições ao comprarem iPhones Americanos, na verdade estavam obtendo um celular que não funcionaria adequadamente no Brasil. É nítido – para não dizer incontestado – que as atitudes da Apple demonstraram **desvalia perante o espírito coletivo. Tal constatação exige uma punição mais severa, que ultrapasse a esfera individual de cada consumidor**

¹⁴⁰ BENJAMIN, A. H. V. *et. al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. 12. ed. rev. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 460.

¹⁴¹ *Ibidem*, *idem*.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

atingido, dado “o abalo, a repulsa, a indignação ou mesmo a diminuição da estima, infligidos e apreendidos em dimensão coletiva (por todos os membros), entre outros efeitos lesivos”¹⁴².

3. DA NECESSÁRIA INVERSÃO DO ÔNUS PROBANDI PARA CASO SEJA PRECISO PRODUZIR EVIDÊNCIAS ALÉM DAQUELAS QUE JÁ AMPARAM O PRESENTE FEITO.

A inversão do *onus probandi* foi consagrada, pelo legislador infraconstitucional, como o mais importante instrumento para a facilitação dos direitos do consumidor em juízo¹⁴³. Segundo Bruno Miragem, as razões para o reconhecimento da possibilidade de inversão do ônus da prova são oriundas da “dificuldade prática do consumidor demonstrar os elementos fáticos que suportam a sua pretensão”, principalmente porque, na estrutura das relações de consumo, o domínio do conhecimento sobre o produto é do fornecedor¹⁴⁴. Nesse contexto, embora existam três espécies¹⁴⁵ de inversão da carga probatória, insta mencionar aquelas que detêm íntima relação com o caso em tela: legal (*ope legis*) e a judicial (*ope judicis*).

A inversão legal, como já indica o seu nome, ocorre *ex vi legis*. Nas palavras de Medeiros Garcia, nesses casos, “tecnicamente, não há inversão do ônus da prova, uma vez que, desde o princípio, é a lei que institui a quem caberá o encargo probatório de determinado fato”¹⁴⁶. Em virtude do seu artigo 38, o Diploma Legal Consumerista preconiza que “O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina”. **Portanto, conforme exortado, depreende-se que os destinatários finais, aqui tutelados, detêm o amparo da inversão *ope legis* em relação aos casos que envolvem oferta/publicidade enganosa.**

¹⁴² MEDEIROS NETO, Xisto. *Dano Moral Coletivo*. São Paulo: LTR. 2004.

¹⁴³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 234.

¹⁴⁴ Ibidem, idem.

¹⁴⁵ NEVES, Daniel A. A. Inversão do ônus da Prova. In: TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de Direito do Consumidor*. Direito Material e Processual. 7. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018, p. 633.

¹⁴⁶ GARCIA, Leonardo de M. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*: artigo por artigo. 13. ed. ver. ampl. e atual. Salvador: JusPODIVM, 2016, p. 103.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



É mister asseverar que em relação às outras práticas abusivas identificadas, também cabe o pleito referente à inversão da carga probatória, porém, nesses casos, suscita-se a hipótese referente à inversão *ope judicis*. Tal prerrogativa é vislumbrada em sede do artigo 6º, VIII, do CDC, que ostenta – como direito básico da categoria – “a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for **verossímil a alegação** ou quando for ele **hipossuficiente**, segundo as regras ordinárias de experiências”. O conceito de verossimilhança diz respeito à situação que se amolda com a realidade, aparenta ser verdadeira, ou seja, é necessário que as alegações guardem pertinência com o que é verídico. Tal requisito mostra-se incontestavelmente configurado, já que foram colacionados, nos autos, não somente indícios, mas verdadeiras provas, condenações e judicializações, em diversas partes do mundo, acerca de cada um dos atos elencados nesta ACP. Ademais, recorda-se que o IC é um documento público dotado de presunção de veracidade por força do art. 405 do CPC/2015¹⁴⁷.

Esclarecidos os pontos *supra*, cabe destacar a hipossuficiência dos consumidores aqui tutelados. Como é cediço, a hipossuficiência é a condição de quem é carente sob o aspecto material e não se confunde com a vulnerabilidade, que é presumida e atinge todos os consumidores¹⁴⁸. Contudo, não somente os carentes enfrentam dificuldades para demonstrar os problemas existentes na relação de consumo, motivo pelo qual o STJ tem decidido que “a inversão do ônus da prova pressupõe hipossuficiência (técnica, jurídica ou econômica) ou verossimilhança das alegações feitas pelo consumidor”¹⁴⁹. Nesse diapasão, Haroldo Lourenço afirma que **hipossuficiência técnica é “a incapacidade de a parte produzir provas para o processo”¹⁵⁰, característica praticamente inconteste para os destinatários finais representados nesta lide, haja vista que, em sua maioria, não possuem conhecimento técnico para explicar ou mesmo comprovar os vícios relatados¹⁵¹.**

¹⁴⁷ Art. 405: “O documento público faz prova não só da sua formação, mas também dos fatos que o escrivão, o chefe de secretaria, o tabelião ou o servidor declarar que ocorreram em sua presença”.

¹⁴⁸ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de Defesa do Consumidor: O Princípio da Vulnerabilidade no Contrato, na Publicidade, nas demais Práticas Comerciais*. 3. ed. atual e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

¹⁴⁹ Cf.: STJ, REsp 1.021.261, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T., DJ 06/05/10.

¹⁵⁰ LOURENÇO, Haroldo. *Teoria Dinâmica do Ônus da Prova no novo CPC*. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2015, p. 66.

¹⁵¹ MARQUES, Cláudia L. Artigo 6º. In: MARQUES, Cláudia L.; BENJAMIN, Antônio H. V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p. 291 -290.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



III - DA ANTECIPAÇÃO DE TUTELA PRETENDIDA NESTA AÇÃO CIVIL PÚBLICA.

Como explicam Cândido Dinamarco e Carrilho Lopes, "O decurso do tempo é muitas vezes causador do perecimento de direitos ou de insuportáveis angústias pela espera de uma tutela jurisdicional, nascendo daí a imagem do tempo-inimigo"¹⁵². Partindo dessa compreensão, a possibilidade de antecipação da tutela é vislumbrada porque "o tempo é concomitantemente inerente à fisiologia do processo e fonte de dano ao autor que tem razão no seu pleito"¹⁵³. É preciso distribuí-lo de acordo com determinados critérios, ao longo do seu desenvolvimento, visto que, do contrário, corre-se o risco de o autor ser afetado pelo tempo do processo, com evidente violação do princípio da igualdade (arts. 5.º, I, da CF/88, e 7º do CPC)¹⁵⁴.

O art. 300 do CPC dispôs que a tutela provisória de urgência será concedida quando **houver elementos que evidenciem a probabilidade do direito e o perigo de dano ou o risco ao resultado útil do processo**. Em relação ao primeiro requisito, ensina Garcia Medina que "a parte deve demonstrar, no mínimo, que o direito afirmado é provável", pois "A esse direito aparente ou muito provável costuma-se vincular a expressão *fumus boni iuris*"¹⁵⁵. No que concerne à segunda exigência, os processualistas Marinoni, Arenhart e Mitidiero aduzem que "é preciso ler as expressões perigo de dano e risco ao resultado útil do processo como alusões ao perigo na demora"¹⁵⁶, haja vista que "A tutela provisória é necessária simplesmente porque não é possível esperar, sob pena de o ilícito ocorrer, continuar ocorrendo, ocorrer novamente, não ser removido ou de dano não ser reparado ou reparável no futuro"¹⁵⁷.

¹⁵² DINAMARCO, C. R.; LOPES, B. V. C. *Teoria geral do novo processo civil*. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2017, p. 56.

¹⁵³ MARINONI, L. G.; ARENHART, S. C.; MITIDIERO, D. *Curso de processo civil: tutela dos direitos mediante procedimento comum*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020, v. 2, p. 239.

¹⁵⁴ *Ibidem*, p. 239-240.

¹⁵⁵ MEDINA, J. M. G. *Novo código de processo civil comentado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015, p. 291.

¹⁵⁶ MARINONI, L. G.; ARENHART, S. C.; MITIDIERO, D. *Novo código de processo civil comentado*. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017, p. 395.

¹⁵⁷ *Ibidem*, *Idem*.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



No caso em tela, as ações e omissões da parte adversa infringem direitos básicos dos destinatários finais, violam deveres originários dos fornecedores e aviltam contra os princípios que norteiam as relações de consumo, configurando o *fumus boni iuris*. **A probabilidade do direito adrede é praticamente inconteste, sobretudo porque arregimenta-se em diversas outras condenações que a Ré vem acumulando no Brasil e em diversas partes do mundo.** O *periculum in mora*, por sua vez, está patenteadado na necessidade de inibir, o quanto antes, as condutas verdadeiramente nefastas que vêm sendo exercidas. Recorda-se que se trata de práticas como a promoção de oferta/publicidade enganosa, limitação da garantia legal, negativas de reparo, vício informacional e efetiva promoção de obsolescência programada. Ora, é nítido o fundado receio de dano e perigo diante da demora da decisão, vez que a Ré continuará agindo de forma abusiva e em dissonância com o Código de Defesa do Consumidor. **Se a Apple continua praticando essas abusividades após ser condenada em diversas partes do mundo, obviamente continuará dando azo a tais abusividades caso não haja reprimenda eficaz às suas ações. É necessária uma atuação rápida e adequada, lembrando que de "nada adianta a prestação jurisdicional precisa mas intempestiva"¹⁵⁸, visto que "quando a justiça tarda, ela na verdade falha"¹⁵⁹.**

Diante do exposto, pugna-se pela concessão de **MEDIDA LIMINAR ANTECIPATÓRIA DA TUTELA** pretendida, *inaudita altera parte*, para que, EM ÂMBITO NACIONAL, no prazo total de 7 (sete) dias, a contar da intimação da decisão concessiva da liminar, sob pena de pagamento de multa diária no valor de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Federal de Reparação de Interesses dos Consumidores, previsto na Lei n.º 7.347/85, sem prejuízo do crime de desobediência, seja a Ré compelida a:

1) EXCLUIR – de TODAS as plataformas de comunicação, inclusive *internet* (sobretudo, "Youtube", "Facebook", "Instagram", "Google", etc.), televisão, rádio e/ou quaisquer outras – TODAS as ofertas/publicidades enganosas acerca da resistência à água dos iPhones 7 a 13 PRO, por força do art. 37, §§ 1º e 3º, do CDC.

¹⁵⁸ LEONEL, Ricardo de Barros. *Manual do Processo Coletivo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 294.

¹⁵⁹ *Ibidem*, *Idem*.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



1.1) Devem ser excluídas todas e quaisquer ofertas/publicidade que veiculem imagem dos iPhones sendo molhados (ou texto no mesmo sentido) e, paralelamente, omitam o fato de que a resistência à água se opera somente em situações ideais, envolvendo água estática e pura;

1.2) Devem ser excluídas todas e quaisquer ofertas/publicidade que veiculem imagem dos iPhones sendo molhados (ou texto no mesmo sentido) e informem, somente em notas de rodapé, as limitações técnicas de resistência à água dos iPhones;

2) PROMOVER CONTRAPROPAGANDA, nos mesmos moldes e meios de comunicação que as mais recentes propagandas, relativas ao iPhone 13 PRO, vêm sendo veiculadas, por força do direito básico dos consumidores à informação adequada e clara sobre os produtos postos no mercado, bem como em face da liberdade de escolha desses destinatários (arts. 6º, III e II, respectivamente), nos seguintes modos:

2.1) Na dita contrapropaganda, os consumidores devem ser informados, de modo claro, adequado e ostensivo, de que a resistência à água dos iPhones 7 até os iPhones 13 PRO: I) não significa dizer que tais aparelhos são “à prova d’água”, sendo feitas exemplificações acerca da diferença entre ser “resistente” e ser “à prova” d’água; II) possuem limitações, de modo que tais aparelhos suportam a submersão temporária (por 30 minutos) em profundidades que variam entre 6 (seis) e 1 (um) metros, conforme o modelo do aparelho; III) e PRINCIPALMENTE que essas capacidades de resistência são testadas somente com água estática e pura, portanto, só se operam nessas situações ideais que não são encontradas cotidianamente pelos consumidores (deve-se frisar que não há resistência contra água de praia, piscina, torneira, bebidas e similares, somente contra água estática e pura);

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



2.2) Na mencionada contrapropaganda, os destinatários finais devem ser informados, de modo claro, adequado e ostensivo, **de que TODOS os consumidores do Brasil, que sejam usuários de iPhones modelo 7 a 13 PRO,** podem exercer as hipóteses previstas no art. 35 do CDC (devem ser exibidas as três possibilidades previstas no dispositivo, frisando-se que são escolhas alternativas a critério do consumidor), caso assim desejem, uma vez que a empresa Apple promoveu oferta/publicidade enganosa por omissão (37, §§ 1º e 3º, CDC) e tais usuários adquiriram iPhones sem exercer um consentimento informado ou vontade qualificada, sendo indevidamente induzidos ao consumo.

3) **CONSIDERE NULA DE PLENO DIREITO a cláusula contratual que limita a garantia contra todo e qualquer tipo de danos proveniente do contato dos iPhones 7 com líquidos, por força dos arts. 18, 30, 24, e 51, I, do CDC;**

3.1) **RESPONSABILIZE-SE objetivamente pelo reparo, nos moldes do art. 18 do CDC, de TODOS os iPhones (modelo 7 até o 13 PRO), que venham a sofrer danos provenientes do contato com líquidos, uma vez que as ofertas/publicidades enganosas propaladas induziram milhares de consumidores a cogitar que os produtos são à prova d'água, além de não terem sido comunicados que a resistência se opera somente em situações ideais envolvendo água estática e pura;**

4) **NÃO OFERTAR MAIS NENHUM IPHONE COMO SENDO RESISTENTE À ÁGUA, exceto se:**

4.1) **Cumprir estritamente as normas cogentes extraídas do CDC, sobretudo aquelas que se extraem dos arts. 6º, III, 30, 31 e 37 deste *Códex*;**

4.2) **Destacar, nas ofertas/publicidades TODAS as ressalvas feitas na contrapropaganda elencada no ponto 2.1 desta liminar, de modo OSTENSIVO, CLARO, COM LETRA DO MESMO TAMANHO DAS DEMAIS DO ANÚNCIO, EM POSIÇÃO CENTRAL DA TELA, DE FÁCIL CONSTATAÇÃO PARA QUALQUER CONSUMIDOR NA PRIMEIRA OBSERVAÇÃO DA PUBLICIDADE;**

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



4.3) Destacar nas ofertas/publicidades, nos mesmos moldes *supra*, que o consumidor NÃO DEVE SUBMERGIR O APARELHO EM ÁGUA EM NENHUMA HIPÓTESE, salvo em condições ideais envolvendo água estática e pura (frisando-se que essas condições não são encontradas no cotidiano, somente em laboratórios e outras situações com água padronizada), e sempre dentro dos limites de resistência de cada modelo (submersão temporária em determinadas profundidades);

4.4) Destacar nas ofertas/publicidades, nos mesmos moldes *supra*, que, caso o consumidor realize a submersão do celular em qualquer água, que não seja estática e pura, e a Empresa Apple comprove isso, expressa e detalhadamente, através dos laudos técnicos exarados pelas Assistências Técnicas, ocorrerá a exclusão da responsabilidade da Apple sobre danos provenientes do contato com líquidos, em virtude de a culpa ser exclusiva do consumidor;

4.5) Reformule o TERMO DE GARANTIA, devendo substituir trechos que afirmem que "Danos por líquidos não estão cobertos pela garantia" (ou qualquer outro semelhante) por: "caso a Apple COMPROVE, mediante o laudo da assistência técnica autorizada, que o consumidor fez uso do aparelho fora das especificações técnicas permitidas (devendo constar, no laudo emitido pelo técnico, o tempo de submersão em água e a profundidade na qual o aparelho foi submetido, bem como o tipo específico de água encontrada e a força de entrada dessa no aparelho) ocorrerá a exclusão da responsabilidade da Apple sobre danos provenientes do contato com líquidos, em virtude de a culpa ser exclusiva do consumidor" ;

4.6) Instrua e oriente as Assistências técnicas, que executam serviços nos aparelhos disponibilizados e comercializados pela parte Ré, a seguirem estritamente o quanto posto no último subitem.

5) INFORME, logo abaixo das imagens dos iPhones (constantes nas CAIXAS DESSES APARELHOS ou nas OFERTAS VIRTUAIS postas no site da Apple), em letras

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801



legíveis, ostensivas e de fácil constatação, nos moldes exigidos pelos arts. 6º e 31 do CDC, a seguinte mensagem: "iPhone (modelo de conectividade do aparelho) feito para ser compatível somente com as frequências de rede e sinal dos locais (países/regiões compatíveis). Atenção, não adquira este produto caso deseje utilizá-lo somente em outros países/regiões, pois poderão ocorrer falhas de sinal e rede quando lá forem utilizados".

5.1) RESPONSABILIZE-SE objetivamente pelo reparo, nos moldes do art. 18 do CDC, de todos os iPhones – incompatíveis com o a rede e os sinais nacionais – que tenham sido equivocadamente adquiridos por brasileiros em virtude de a Apple não os ter informado adequadamente acerca de como funciona o sistema de compatibilidade desses aparelhos;

5.2) RESPONSABILIZE-SE SOLIDARIAMENTE, conforme a Teoria da Aparência, pelos casos de consumidores que adquiram, por influência dos prepostos estrangeiros da Apple, iPhones não homologados pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), ou incompatíveis com as redes e sinais locais, devendo-lhes ser fornecido todos os reparos nos moldes do art. 18, parágrafo 1º, incisos I a III, do CDC:

5.2.1) não lhes sendo cobrados valores indevidamente; bem como lhes possibilitando, à sua livre escolha:

5.2.2) a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; e/ou o abatimento proporcional do preço.

5.3) NÃO MAIS COLOQUE, de forma sistêmica e/ou proposital, no mercado de consumo, produtos eivados de vícios ocultos, a fim de compelir os usuários à aquisição precoce de novos aparelhos ou por qualquer outro objetivo abjeto; bem como ABSTENHA-SE de praticar qualquer tipo de obsolescência programada;

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

5.4) RESPONSABILIZE-SE objetivamente pelo reparo, nos moldes do art. 18, parágrafo 1º, incisos I a III, do CDC, de todos os iPhones XR que, em até três ano de vida útil, tenham manifestado falhas intermitentes de sinal e conectividade em decorrência de vício oculto em placa e outro componente interno; não sendo imposto o pagamento de valores indevidos, exceto nos casos em que restes devidamente comprovado que os problemas decorrem de mau uso dos consumidores; bem como lhes possibilitando, à sua livre escolha:

5.4.1) a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; e/ou o abatimento proporcional do preço.

IV – DO PEDIDO DESTA AÇÃO CIVIL PÚBLICA.

Em caráter definitivo, pugna o Ministério Público pelo julgamento procedente desta demanda, mantendo-se integralmente a medida liminar concedida, sendo a parte adversa também compelida, EM ÂMBITO NACIONAL, nos seguintes termos, sob pena de pagamento de multa diária no importe de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais):

- 1) Ao pagamento de indenização em face dos prejuízos materiais e morais sofridos pelos consumidores, afetados pelas práticas abusivas e ilícitas denunciadas nesta medida judicial coletiva, bem como à restituição do indébito, sendo que a devida apuração far-se-á, com base nos arts. 42, parágrafo único, e 95 da Lei Federal nº 8.078/90, após a condenação;**
- 2) A efetivar o pagamento do montante de R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), a título de dano moral coletivo causado à sociedade, o qual deve ser revertido para o Fundo Federal dos Direitos do Consumidor;**
- 3) Que a Ré seja condenada a efetivar o pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios referentes à presente demanda judicial coletiva.**

V - DOS REQUERIMENTOS DESTA LIDE COLETIVA.

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR
Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001
TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801

Diante do quanto exposto, requer ainda a parte Autora que:

- a) seja determinada a intimação da Ré, por seus advogados ou pessoalmente, a fim de que, com esteio no parágrafo 3º do art. 308, do atual Código de Processo Civil, compareçam à audiência de conciliação ou de mediação, na forma do art. 334;
- b) Não havendo autocomposição, que o prazo para a contestação seja contado na forma do art. 335 do Código de Processo Civil Pátrio, sem necessidade de nova citação da Ré;
- c) a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, desde logo, em face do previsto no artigo 18 da Lei nº 7.347/85 e do art. 87 da Lei nº 8.078/90;
- d) sejam as intimações do Autor concretizadas virtualmente, através do endereço eletrônico jsuzart@mpba.mp.br, em face do disposto no art. 180, do atual Código de Processo Civil e no art. 199, inciso XVIII, da Lei Complementar Estadual nº 11/96 (Lei Orgânica do Ministério Público do Estado da Bahia);
- e) a inversão do ônus da prova, em favor da coletividade de consumidores substituída pelo Autor, conforme previsto no Código de Defesa do Consumidor;
- f) a publicação do edital previsto no artigo 94 da Lei nº 8.078/90, para conhecimento dos interessados e eventual habilitação no feito como litisconsortes;
- g) protesta-se provar o alegado por todos os meios de prova admitidos em direito, especialmente pela produção de prova testemunhal e pericial e, caso necessário, pela juntada de documentos, bem como por todos os demais instrumentos indispensáveis à cabal demonstração dos fatos articulados na presente inicial.

Atribui-se à presente causa o valor de R\$ R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), para fins dos efeitos jurídicos processuais cabíveis.

Acompanha esta medida judicial coletiva o Inquérito Civil n.º 003.9.29887/2021-5ª PJC, contendo todas as folhas devidamente identificadas.

Termos em que se pede e espera deferimento.

Estado da Bahia, Cidade de Salvador. Ano 2021, 27 de dezembro.

Joseane Suzart Lopes da Silva

Promotora de Justiça

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Avenida Joana Angélica, 1312, Nazaré, Sala 224, 2º andar, Salvador/Bahia, CEP 40.050-001

TEL.: (71) 3103-6804 / FAX: (71) 3103-6801