

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
CURSO DE DIREITO**

**APPLE E A RESPONSABILIDADE POR DANOS FÍSICOS ATRAVÉS DE
SOFTWARES: ESTUDO DE CASO**

**Juiz de Fora
2022**

Gabriela de Almeida Souza

**APPLE E A RESPONSABILIDADE POR DANOS FÍSICOS ATRAVÉS DE
SOFTWARES: ESTUDO DE CASO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Direito de Juiz de Fora, sob a orientação da professora Doutora Máira Fajardo Linhares Pereira, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito.

**Juiz de Fora
2022**

FOLHA DE APROVAÇÃO
GABRIELA DE ALMEIDA SOUZA

**APPLE E A RESPONSABILIDADE POR DANOS FÍSICOS ATRAVÉS DE
SOFTWARES: ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Submetido à Banca Examinadora composta pelos membros:

Orientadora: Professora Maíra Fajardo Linhares Pereira
Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Professora Doutora Caroline da Rosa Pinheiro
Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Professor Doutor Fabrício de Souza Oliveira
Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

PARECER DA BANCA

APROVADO

REPROVADO

Juiz de Fora, 12 de agosto de 2022.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão trata-se de estudo de caso acerca do problema envolvendo aparelhos celulares da marca Apple, especificamente nos modelos iPhone 7 e iPhone 7 Plus, ocorrido em meados de 2018. Após uma atualização da marca para corrigir determinada falha nos aparelhos, os microfones dos modelos citados deixaram de funcionar, impedindo, desta forma, que usuários pudessem se comunicar por voz. Este problema impossibilitou que quem tivesse do outro lado da linha ouvisse os usuários, seja por ligações de voz, de vídeo, ou mesmo áudios em aplicativos. Diante disso, pretende-se fazer uma análise acerca da responsabilidade da marca para com os consumidores brasileiros, avaliando, para tanto, como está instalada a empresa no país e como ocorre essa responsabilização. Busca-se ainda comparar as ações e responsabilidade da empresa no Brasil e nos Estados Unidos da América.

Palavras-chave: Responsabilidade Civil. Direito do Consumidor. Atualização iPhones 7 e 7 Plus. Danos nos aparelhos.

ABSTRACT

The present conclusion work is a case study about the problem involving Apple brand cell phones, specifically in the iPhone 7 and iPhone 7 Plus models, in mid-2018. After a brand update to correct a certain flaw in the devices, the microphones of the aforementioned models stopped working, thus preventing users from being able to communicate by voice. This problem made it impossible for anyone on the other end of the line to hear users, whether through voice calls, video calls, or even audio in applications. Therefore, it is intended to make an analysis about the responsibility of the brand towards Brazilian consumers, evaluating, for that, how the company is installed in the country and how this accountability occurs. It also seeks to compare the actions and responsibility of the company in Brazil and in the United States of America.

Keywords: Civil responsibility. Consumer Law. Update iPhones 7 and 7 Plus. Device damage.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. PRINCÍPIOS GERAIS DO CDC E OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.....	10
2.1 Os direitos do consumidor à informação, à segurança e à qualidade dos produtos de acordo com o CDC.....	12
2.1.1 A obrigatoriedade do fornecimento de peças de reposição	13
2.2 O papel do IDEC no Brasil	14
2.3 A proteção coletiva no CDC.....	15
2.4 A obsolescência programada como prática abusiva nas relações de consumo.....	16
3. A EMPRESA APPLE.....	18
3.1 A Apple no Brasil.....	19
3.2 A pessoa jurídica brasileira	20
3.3 O contrato Apple e sua aplicabilidade no Direito brasileiro	21
3.3.1 Cláusula foro de eleição.....	23
4. ESTUDO DE CASO: O PROBLEMA DOS MICROFONES DO IPHONE 7 APÓS ATUALIZAÇÃO. 24	
4.1 Os aparelhos Iphone.....	24
4.2 Breve Histórico do caso	24
4.3 Caso no Brasil x EUA.....	25
4.4 Direito de ação dos consumidores brasileiros	27
5. CONCLUSÃO.....	31
REFERÊNCIAS.....	35

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, em perspectiva universal, a sociedade e seu manejo de consumo, expandiu de maneira profícua em muitos aspectos. A indústria tecnológica com um salto assertivo, busca, por meio de um marketing tradicional conquistar a atenção de seus consumidores com modelos mais modernos e atraentes de maneira insaciável.

Foram muitos os fatores que contribuíram para a consolidação desse modelo de consumo, que anteriormente era voltada ao atendimento das necessidades básicas e primárias da sociedade, mas passou a centrar-se na produção de bens em grande escala, de modo a tentar multiplicar mecanicamente essas necessidades.

Com isto, os desenvolvedores de novas tecnologias tiveram a ideia de instigar em seu consumidor, um sentimento sempre sequioso e aflorado por um estímulo bem perigoso: o desejo humano.

Com isto, novos produtos passaram a ser mais “descartáveis”, o que para o capitalismo seria a proposta perfeita. A manutenção dessa sociedade de consumo depende diretamente da utilização de meios que estimulem o consumidor, nasce a partir de então, a obsolescência programada.

Trata-se de um processo de produção de bens desenvolvidos para ter vida útil relativamente curta. Com isso, as empresas lançam produtos com prazo de validade definido, assim, estimulam os consumidores a comprar novamente (PENA, 2022).

Com relação a produção de smartphones, por exemplo, em sua maioria, os fabricantes oferecem ao mercado de consumo equipamentos com as mesmas qualificações técnicas, mas de acordo com Batey (2010, p.17), “os marqueteiros procuraram se diferenciar e adotaram linhas mais emocionais. Começaram a criar marcas, atribuindo a elas personalidades e qualidades simbólicas.”

É notório que as marcas, em si, carregam falsas premissas que, por muitas vezes, são vistas pelos consumidores como sinônimo de qualidade e superioridade dentre as demais. É o caso da Apple. Nos anos 90 a empresa passou por uma fase de declínio, e algumas apostas mercadológicas depois, ganhou posições de destaque atualmente, é a marca mais valiosa do mundo, de acordo com a Brand Finance (2022).

Por ser uma empresa que investe muito em uma tecnologia sofisticada, é considerada uma das mais valiosas e inovadoras do mundo e possui entre as suas

principais criações os computadores Apple I, iMac e MacBook, o sistema operacional Mac OS X, o iTunes, iPod e iPhone (ALVES, 2021).

Comumente, os aparelhos celulares da Apple, passam por atualizações, na mesma medida em que, em curto período, também deixam de receber esses upgrades.

No ano de 2018, os Iphones 7 e 7 Plus receberam uma atualização para correção de uma falha que vinha ocorrendo nos aparelhos. Em tese, o objetivo para tal, era fazer com que as telas de reposição não originais deixassem de funcionar. Ocorre que, a respectiva versão do iOS 11.3.1, fez com que os microfones desses aparelhos fossem danificados, lesando usuários em todo o mundo (Redação Veja, 2018).

Diante disso, através de elementos colhidos em pesquisa bibliográfica, buscou-se investigar a responsabilidade da empresa Apple por danos físicos em seus aparelhos através de softwares. Para tanto, será analisado especificamente o caso da atualização ocorrida em meados de 2018, direcionada aos modelos de Iphones 7 e 7 plus.

O presente estudo de caso foi dividido em três capítulos. O primeiro capítulo buscou demonstrar os princípios gerais do CDC e os direitos básicos do consumidor, abordando ainda, os direitos do consumidor à informação, à segurança e à qualidade dos produtos. Buscou-se analisar ainda, a obrigatoriedade do fornecimento de peças de reposição, o papel do IDEC no país e como se dá a proteção coletiva desses consumidores. Ao final do capítulo, abordou-se sobre a obsolescência programada como prática abusiva nas relações de consumo.

O segundo capítulo tratou acerca da empresa Apple, abordando especificamente acerca da pessoa jurídica no país, o contrato Apple e sua aplicabilidade no Direito brasileiro, bem como o que determina a cláusula foro de eleição no contrato Apple.

Por fim, o terceiro e último capítulo tratou do estudo do caso, onde buscou-se explicar acerca dos aparelhos iPhone, fazer um relato do caso ocorrido, avaliando como a empresa tem sido responsabilizada no Brasil e nos EUA, e, finalmente, como ocorrem os processos em ambos os países e qual tem sido o posicionamento, até agora, da justiça brasileira sobre o caso.

Para a realização do presente estudo, foram realizadas pesquisas em acervo bibliográfico, análise de decisões judiciais nacionais e internacionais que se atribuem o caso, consulta em artigos e sites e das principais leis referentes ao tema.

2. PRINCÍPIOS GERAIS DO CDC E OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Ao decorrer do tempo, juntamente com a evolução da sociedade, as relações interpessoais receberam inúmeras modificações. Após as revoluções industriais e tecnológicas, foi possível delinear as figuras que fazem parte das relações de consumo, que estão divididas entre aquele que produz, aquele que distribui e a parte consumidora (Carvalho, 2013).

Ante a ausência de informação adequada sobre as características e riscos de produtos e serviços disponibilizados para consumo, observa-se a desigualdade entre aquele que detém o conhecimento técnico sobre o produto, qual seja, o fornecedor; e aquele que é o destinatário dos bens de consumo, a parte consumidora.

Neste diapasão, nasce uma relação jurídica desequilibrada e a consequente necessidade da criação de mecanismos capazes de reequilibrar esta relação, como é o caso do código de defesa do consumidor (Carvalho, 2013).

Entretanto, antes mesmo da elaboração do código que visa proteger os consumidores, a Constituição Federal, em seu artigo 5º, inciso XXXII, bem como o princípio da ordem econômica, presente no artigo 170, inciso V da CF, visam tutelar a parte mais vulnerável nessa relação jurídica de consumo (Carvalho, 2013).

Com base nesses dispositivos, no ano de 1990 foi instituído o código de defesa do consumidor, por meio da lei 8.078/90. Trata-se de uma norma que possui uma malha principiológica própria (Carvalho, 2013).

A título de exemplo, tem-se o inciso I, do artigo 4º, do CDC, que ao fixar os princípios política nacional de defesa do consumidor reconhece de forma expressa a sua vulnerabilidade. Carvalho (2013, p. 4), explica que:

Trata-se, portanto, de um conceito jurídico, ou seja, todo consumidor é pessoa vulnerável, não importa quem seja e seu poderio econômico na medida em que não possui a técnica, o conhecimento e a tecnologia, ou seja, o consumidor, por não possuir tais informações, se coloca numa posição de inferioridade frente ao fornecedor; certo de que justamente essa ausência de informação, essa vulnerabilidade, justifica o regramento próprio destinado a proteger tal sujeito.

Além disso, diante do reconhecimento da vulnerabilidade dos consumidores efetiva se também princípio constitucional da isonomia que determina o tratamento desigual dos desiguais (BRASIL. 1988).

Os princípios têm a função de nortear o ordenamento jurídico e orientar a aplicação das normas em suas mais diversas áreas do direito. Nas relações de consumo, há vários princípios constitucionais que tem como intuito trazer harmonização para tais relações e a defesa do consumidor, conforme será visto abaixo.

Importante destacar que os referidos princípios, norteadores do direito consumerista brasileiro, não estão presentes apenas no CDC, mas também na Constituição brasileira e em outras legislações e buscam, como supramencionado, orientar as relações de consumo.

A seguir, foram pontuados alguns princípios norteadores do direito do consumidor brasileiro.

Princípio da função social da empresa

Conforme explica Horácio Vale (2017): “A função social da sociedade empresária é atingida quando ela atende aos princípios da liberdade, igualdade, dignidade, solidariedade, democracia, reduz ou procura reduzir as desigualdades sociais e cumpre os valores ambientais”.

Assim, depreende-se deste princípio, que as atividades de uma empresa devem ser voltadas não apenas para seu próprio interesse, mas para o interesse coletivo.

Princípio da sustentabilidade

Por sua vez, este princípio está consolidado no artigo 225, caput, da CF, e aduz que: “todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.

Desta forma, a sustentabilidade está ligada a harmonia entre o desenvolvimento social e a preservação ambiental. Desta forma, é preciso que todos se atentem aos impactos ambientais gerados mediante suas ações.

Princípios do direito do consumidor

Estes princípios estão ligados diretamente a relação de consumo. Como já mencionado anteriormente, têm-se o princípio da vulnerabilidade, que está disposto no art. 4º do CDC e visa proteger o consumidor nas relações.

Nesta linha, Rizzatto Nunes (2017, p. 177) ensina que:

[...] quando se fala em “escolha” do consumidor, ela já nasce reduzida. O consumidor só pode optar por aquilo que existe e foi oferecido no mercado. E essa oferta foi decidida unilateralmente pelo fornecedor, visando seus interesses empresariais, que são, por evidente, os da obtenção de lucro.

Há ainda, o princípio da boa-fé objetiva, que se encontra previsto no Código de Defesa do Consumidor, especificamente em seu artigo 4º, inciso III (BRASIL, 1990). Não se trata aqui da intenção dos fornecedores, mas sim da forma em como agem para quem paga para obter seus serviços.

Assim, pode-se dizer que se trata de uma regra de conduta, em que se exige do fornecedor uma postura leal a seu consumidor, que atenda às suas necessidade e direitos.

2.1 Os direitos do consumidor à informação, à segurança e à qualidade dos produtos de acordo com o CDC

O Código de Defesa do Consumidor, representado pela Lei 8.078/90, é característico pelas grandes conquistas advindas de sua promulgação. A garantia de resoluções mais justas e equilibradas, faz com que a parte hipossuficiente seja tutelada e encontre-se em situação de paridade com as grandes empresas.

Em seu texto, o CDC busca orientar e garantir que direitos básicos dos consumidores não sejam atropelados por quem tem mais poder. Nesta linha, o artigo 6º do referido código, traz uma lista de direitos básicos que devem ser respeitados.

Dentre os diversos direitos, encontra-se, situado no inciso III do artigo 6º, o direito básico à informação correta e com transparência. “A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem

como sobre os riscos que apresentem”, estão garantidas ao consumidor (BRASIL, 1990).

Importante destacar, com relação a este direito, o entendimento de Alcides Tomasetti Junior (1992), com relação aos objetivos do direito à informação voltados ao consumidor:

- i) consciencialização crítica dos desejos de consumo e da priorização das preferências que lhes digam respeito;
- ii) possibilitação de que sejam averiguados, de acordo com critérios técnicos e econômicos acessíveis ao leigo, as qualidades e o preço de cada produto ou de cada serviço;
- iii) criação e multiplicação de oportunidades para comparar os diversificados produtos;
- iv) conhecimento das posições jurídicas subjetivas próprias e alheias que se manifestam na contextualidade das séries infindáveis de situações de consumo;
- v) agilização e efetivação da presença estatal preventiva, mediadora, ou decisória, de conflitos do mercado de consumo.

Desta forma, os fornecedores são obrigados a dar transparência para o consumidor, no momento da compra ou contratação de bens e serviços. O direito à informação sobre o produto, nas suas mais variadas características, deve ser garantido em qualquer contrato. Nesta linha, importante destacar também o que determina o artigo 46 do CDC, acerca das informações claras nos contratos que regulam as relações de consumo (BRASIL, 1990).

Dispõe o referido artigo que é necessário a disponibilização prévia das informações constantes nas cláusulas antes mesmo da contratação ou se estas forem redigidas de forma que seja difícil a compreensão, deve prevalecer a boa-fé (BRASIL, 1990).

2.1.1 A obrigatoriedade do fornecimento de peças de reposição

Trata-se de um dispositivo importantíssimo para o direito do consumidor. Se refere ao fato de que a boa-fé objetiva deve ser mantida ainda quando cessar as obrigações das partes no período pós-contratual. Prevê o artigo 32, caput, do CDC (BRASIL, 1990), que: “Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto”. Nos casos de cessação da fabricação do produto, o parágrafo único do

mesmo artigo, determina que a oferta seja “mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.”

O Decreto nº 2.181/97, tendo em vista a lacuna do CDC quando se refere ao “período razoável”, buscou preenchê-la, ante seu alto grau de abstração. Em seu artigo 13, inciso XXI, a lei indica que o prazo para disponibilidade de componentes e peças de reposição, após a cessação da fabricação do produto nunca deve ser inferior a vida útil do bem. Desta forma, o “período razoável” vai depender das características e peculiaridades do produto em questão (Marques. 2006, p. 495)

2.2 O papel do IDEC no Brasil

Fundado com intuito de proteger os interesses e direitos dos consumidores, o IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, é uma instituição de consumidores sem fins lucrativos, criada sem vínculos com empresas, partidos ou governos (IDEC, 2022).

O Instituto foi fundado em 1987, por voluntários, com o objetivo de “orientar, conscientizar, defender a ética na relação de consumo e, sobretudo, lutar pelos direitos de consumidores-cidadãos como você”. (IDEC, 2022).

São muitas as conquistas pelo IDEC em prol dos consumidores brasileiros, reconhecidas dentro e fora do país. Suas contribuições para a preservação desses direitos são muitas, tais como seus canais de comunicação exclusivos para associados, a Revista do Idec, o Idec Orienta e os atendimentos presenciais, por e-mail ou por telefone (IDEC, 2022).

O IDEC é constituído e estruturado por uma Assembleia Geral e por conselhos, cada um com seu papel fundamental na luta pelos direitos dos consumidores, quais sejam (IDEC, 2022):

Assembleia Geral: composta por associados plenos, é o nosso órgão máximo. Discute e aprova questões relacionadas à atuação do Instituto, como prestação de contas e eventuais mudanças em seu estatuto. É o grupo que elege nosso Conselho Diretor e Fiscal.

Conselho Diretor: é responsável por estabelecer as diretrizes para nossa atuação. Esse time é composto por oito membros e é renovado a cada dois anos, por eleição. É quem nomeia o titular da Coordenação Executiva e escolhe os membros do Conselho Consultivo.

Conselho Fiscal: acompanha e fiscaliza a execução orçamentária, as contas e o movimento contábil da entidade.

Conselho Consultivo: tem a missão de zelar pelo prestígio da organização e opinar sobre assuntos de relevância.

Importante ressaltar que os cargos são voluntários, nenhum conselheiro recebe remuneração ou ajuda financeira para exercer essas funções.

2.3 A proteção coletiva no CDC

A defesa coletiva dos interesses dos consumidores pode, nos termos do art. 81 do CDC (BRASIL, 1990), ser exercida em juízo de forma individual ou coletiva. Ressalta-se que são legitimados para a proteção coletiva dos direitos do consumidor, ou seja, para ingressar em juízo em prol de proteger os direitos tratados no artigo 81, nos termos do artigo 82:

- I - o Ministério Público,
- II - a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;
- III - as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;
- IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.

Assim, vê-se que o artigo 82 trata dos titulares do direito quanto a defesa coletiva dos direitos do consumidor. Assim, diferentemente das ações individuais, onde o legitimado será uma única pessoa buscando seus direitos, nas ações coletivas, um órgão legitimado defenderá os direitos de um grupo de consumidores, que vai substituir esse conjunto de consumidores em juízo (BRASIL. 1990).

A Ação Civil Pública é o meio hábil pelo qual se busca tutelar os direitos coletivos no ordenamento jurídico brasileiro. Entretanto, após a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, essa ação flexibilizou a tutela de qualquer tipo de pedido, a medida em que permitiu uma maior abrangência neste sentido (Sousa, 2021).

Frise-se, nesta linha, que o Código de Defesa do Consumidor estabeleceu em seu art. 83, que na defesa dos direitos e interesses protegidos pelo Código do Consumidor, “são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua

adequada e efetiva tutela”. Neste ínterim, vê-se um grande aumento no que diz respeito as ações a serem introduzidas em sede coletiva (Sousa, 2021).

Souza (2021), destaca que o acesso à justiça no âmbito da tutela coletiva surgiu como “remédio” para solucionar antigas dificuldades que ainda são encontradas no processo individual, como por exemplo a questão econômica, uma vez que determinadas demandas são inviáveis economicamente, enquanto por meio da tutela coletiva é possível de serem apreciadas judicialmente.

Neste sentido, é o que explica João Paulo Lordelo (apud SOUSA, 2021):

O movimento de acesso à justiça consiste numa argumentação, de natureza sociológica, que fundamenta o processo coletivo, reconhecendo a necessidade de desenvolvimento de instrumentos adequados à resolução de conflitos de dimensão coletiva. A origem do problema do acesso à justiça repousa na necessidade de integração das liberdades clássicas com os direitos sociais, de modo que o direito de acesso à jurisdição não se torne indiferente aos obstáculos sociais que inviabilizam o seu exercício efetivo.

2.4 A obsolescência programada como prática abusiva nas relações de consumo

Antes de mais nada, é necessário pontuar o conceito da obsolescência programada. Santos e Dominiquini (2014, p.03), explicam esse instituto da seguinte forma:

Assim, poder-se-ia explicar obsolescência programada como o planejamento do ato de tornar obsoleto. Todavia, tal prática tem um objetivo implícito e teleologicamente pode ser traduzida como a atividade de incutir no consumidor o desejo de possuir algo um pouco mais novo e um pouco antes do necessário.

Trata-se, portanto, de uma prática realizada pela indústria capitalista que faz com que, através do lançamento de novos produtos, ou mesmo através de vícios ou inexistência de peças de reposição, faça com o que os itens já lançados tenham um curto período de vida, assim, basicamente, é a determinação do prazo de validade. Nesta linha, Bergstein (2014, p.2), destaca que a obsolescência programada ou planejada, é a “redução artificial da durabilidade de produtos ou do ciclo de vida de seus componentes”.

Nesta mesma linha, Silva (2012, p.01), explica que:

A obsolescência programada, para os que ainda não estão familiarizados com o conceito, é uma estratégia da indústria para “encurtar” o ciclo de vida dos produtos visando a sua substituição por novos e, assim, fazendo, como já foi dito, “girar a roda” da sociedade de consumo. Poderíamos dizer que há uma lógica da descartabilidade programada desde a concepção dos produtos. Em outras palavras, as coisas já são feitas para durarem pouco.

Diante de tudo isso, depreende-se que a ideia é de que os clientes reféns dessa indústria busquem, de forma antecipada, um novo bem, antes mesmo do tempo em que normalmente fariam uma outra compra ou troca daquele que já possui, como é o caso dos aparelhos celulares.

Assim, há um aumento nos lucros pelos fornecedores, a medida em que seus artefatos se tornam mais descartáveis e seus clientes mais dependentes. .

Não é apenas o consumidor que sente os impactos advindos dessa estratégia. Um estudo europeu, realizado pelo CESE – Comitê Econômico e Social Europeu (apud Silva, 2018), constatou que os danos ambientais também são relevantes, uma vez que se trata da superprodução e descarte considerável de produtos.

Além disso, há o esgotamento de recursos naturais, uma vez que são utilizados na fabricação desses produtos. O Comitê Europeu (apud Silva, 2018) ressalta ainda, para outras preocupações geradas pela obsolescência programada, como “o aumento dos índices de superendividamento do consumidor em razão das inúmeras compras a crédito; a perda de credibilidade de grandes empresas; a insegurança das cadeias de empregos na indústria de reparação e a inobservância aos direitos do consumidor”.

Serge Latouche (2012, p.30), explica que:

São necessários três ingredientes para que a sociedade de consumo possa prosseguir o seu circuito diabólico: a publicidade, que cria o desejo de consumidor, o crédito, que lhe fornece os meios, e a obsolescência acelerada e programada dos produtos que, renova a sua necessidade.

Nesta mesma linha, o CESE (2013), também considera que as grandes empresas, não estão voltadas para o desenvolvimento sustentável e uma redução consciente do consumo, justamente pelo fato do grande estímulo à insaciabilidade humana através do marketing que ainda utilizam.

3. A EMPRESA APPLE

A Apple tem seu surgimento através de uma amizade entre duas pessoas importantíssimas em sua história: Steve Jobs e Steve Wozniak, que após alguns anos de amizade e trabalho, além de interesses comuns por eletrônicos e tecnologia, na garagem da casa de Jobs, era fundada a empresa que hoje é conhecida mundialmente, Apple Incorporated (Borges, 2018)

É fato que a Apple revolucionou o mundo dos computadores nos anos 80, com a interface gráfica, e nos anos 2000, mais precisamente no ano de 2007, fez história com o lançamento do primeiro smartphone que se tornou realmente popular entre as pessoas.

É preciso reconhecer que se não tivesse sido por ela, computadores pessoais e smartphones provavelmente não seriam tão comuns hoje em dia e toda uma indústria relacionada a eles talvez não existiria. Sua importância não pode ser resumida apenas a questão de marketing, mas de visão, qualidade e persistência (GOGONI, 2022).

A empresa ditou as regras, lançou tendência e foi a responsável por definir o que é considerado normal no século XXI. Com seus artigos revolucionários, que foram e continuam sendo os símbolos de uma nova geração, os anos 2000 seriam completamente diferentes se não tivesse sido pela mente inovadora de seus criadores.

Wozniak, que à época tinha 21 anos, sonhava em investir em um negócio próprio, na área pela qual era fascinado. Por sua vez, Steve Jobs, tinha apenas 16 anos quando teve seu primeiro contato profissional, a partir de um estágio de verão na HP. Juntos, os amigos já tinham criado “um aparelho capaz de fazer ligações para qualquer lugar do mundo de graça, a chamada **Caixa Azul**” (Borges, 2018)

Assim foi fundada a Apple Computers Incorporated, referência em tecnologia e inovação. Sabe-se que muito da forma como consome-se produtos eletrônicos atualmente tem influência das ações da Apple e do seu desenvolvimento no mercado. A marca foi a responsável por trazer a noção de que era possível que as pessoas tivessem um computador pessoal, que antes eram usados apenas por grandes empresas e centros de pesquisa.

Além dos computadores da marca, que fizeram com que as pessoas enxergassem os computadores pessoais de uma forma totalmente inovadora e

atrativa, a Apple foi trazendo aos poucos outras categorias de produtos, como o iPod, um aparelho MP3 player lançado em 2001, que possibilitava o usuário a escolha de músicas de maneira prática e simples.

Não suficiente, foi a Apple que também tornou populares os tablets, com o lançamento do iPad, em 2010, adotando a mesma interface do já famoso iPhone e facilitando ainda mais a experiência dos usuários que começaram a trocar seus notebooks por iPads.

Apesar de sempre estar ligado à figura de Steve Jobs, importante mencionar que ele não entendia quase nada de informática. Seu papel para a marca foi contribuir de forma criativa e visionária. Foram as ideias dele sobre como a nossa relação com a tecnologia poderia mudar para sempre, como um futuro poderia ser melhor e como Apple poderia fazer isso através de seus produtos foram fatores decisivos para guiar a empresa rumo ao sucesso (Frabasile, 2016).

Diante do exposto, é fato que a Apple revolucionou a indústria de eletrônicos e continua trazendo inovações para o mercado de tecnologia a nível mundial, por essas razões, e por se encontrar no patamar mundial que hoje ocupa, a empresa precisa ter ainda mais responsabilidade em seus manejos de atualizações e amparo legal nas relações com seus clientes.

3.1 A Apple no Brasil

Em uma era de grandes evoluções tecnológicas, inovar significa um grande desafio para muitas empresas. É preciso superar todas as expectativas para continuar se destacando ao longo dos anos, dentro do mercado consumerista. Entretanto, muitas empresas conseguem continuar avançando e impactando o mercado.

Não é à toa que a Apple conseguiu atingir, recentemente, o valor de mercado de 1 trilhão de dólares. Isso se deu graças a um modelo de negócios que foge do senso comum, adotando como referências modelos de sucesso como a Gillette e Nespresso (PEREIRA, 2018)

Diante disso, como bem se sabe, a Apple Inc., é uma das maiores empresas de tecnologia de todos os tempos. A empresa, que tinha como objetivo transformar o computador em uma ferramenta pessoal, para que as pessoas pudessem ter computadores em casa, foi, absolutamente, umas das maiores criações do mercado tecnológico (RAWLINSON, 2017).

No Brasil, a Apple chegou por volta de 1995, período em que, os produtos em evidência da companhia ainda eram os computadores. Trata-se de um período paradigmático na história da Apple, pois a empresa vivenciava neste momento, um misto de altos e baixos (PLAZA, 2022).

Ressalta-se, entretanto, que, assim como diversos outros produtos eletrônicos, muitos Macs já circulavam no país entre o final dos anos 70 e início dos anos 90, através do contrabando. Isso porque, segundo a Política Nacional de Informática, vigente entre os anos de 1984 a 1992, a importação de computadores era proibida (PLAZA, 2022).

Através dessa reserva de mercado em vigor, o Brasil sofreu grande atraso tecnológico, tendo em vista que, em comparação com o mercado Internacional, as opções de computadores existentes no país estavam muito atrás em termos de inovação. Além disso, os produtos disponíveis eram mais onerosos que a média global (PLAZA, 2022).

Ressalte-se que apenas em 2014 a Apple estabeleceu sua primeira loja física no Brasil, em 15 de fevereiro, no Village Mall, na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. No ano posterior, em 2015, foi a vez da cidade de São Paulo, onde a empresa inaugurou sua segunda loja, situada no Morumbi Shopping. Atualmente, essas são as únicas lojas da Apple Store no país (PLAZA, 2022).

3.2 A pessoa jurídica brasileira

A Apple, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ nº 00.623.904/0001-73, possui como nome empresarial no Brasil: “Apple Computer Brasil Ltda”. Não foi identificado em seu cadastro nome fantasia para a empresa.¹

A empresa possui natureza jurídica de sociedade empresária limitada e sua classificação nacional de atividades econômicas – CNAE, possui código 46516, relativo a comércio atacadista de computadores periféricos e suprimentos de informática.

A Apple foi devidamente aberta no país, conforme data de registro de abertura, em 12/05/1995.

¹ <https://www.portaltransparencia.gov.br/cartoes/consulta/pessoa-juridica/00623904000173?paginacaoSimples=true&tamanhoPagina=&offset=&direcaoOrdenacao=asc&colunasSelecionadas=linkDetalhamento%2Corgao%2CunidadeGestora%2CnumeroLicitacao%2CdataAbertura&id=6919777>

O endereço atual no Brasil consta como R. Leopoldo Couto Magalhaes Junior, n. 700, andar 7 e 8 conj. 71, 72, 81 e 82, Itaim Bibi, São Paulo e seu endereço eletrônico consta como fiscal@Apple.com.

Como quadro societário da empresa, constam as seguintes informações: APPLE INC. - CNPJ: 05.718.417/0001-08 – sócio pessoa jurídica domiciliado no exterior; Eduardo Gomes - CPF: ***.582.128-** - Administrador; Pedro Sergio Murari Pace - CPF: ***.088.628-** - Administrador; João Marco Ribeiro Meneghel - CPF: ***.571.249-** - Administrador; Apple Pacific LLC - CNPJ: 06.200.209/0001-85 - Sócio Pessoa Jurídica Domiciliado No Exterior. Os sócios mencionados podem figurar como partes nos processos no Brasil.

Ademais, a empresa tem como objeto o comércio atacadista de equipamentos de informática; a edição de livros; o desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis; o tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet; o suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação e outras atividades.

3.3 O contrato Apple e sua aplicabilidade no Direito brasileiro

Inicialmente, destaque-se que os contratos servem, basicamente, como ferramenta de baliza para determinadas relações, e visam orientar as partes contratantes acerca dos seus direitos e obrigações. De acordo com Sardas (2008), os contratos que hoje existem, sofreram influência do direito romano, e denotam a ideia de um instrumento assegurado da vontade humana, gerando os direitos e obrigações das partes contratantes.

Em resumo, pode-se dizer que contratos são uma espécie de negócio jurídico e todo negócio jurídico é fonte de obrigações. No Código Civil existem três tipos de obrigações, quais sejam: os contratos, as manifestações de vontades unilaterais e as atitudes ilícitas dolosas ou culposas (Ciampaglia, 2017).

Para que um contrato seja firmado, é necessário que exista a participação de ao menos duas partes, ou seja, trata-se de negócio jurídico bilateral ou plurilateral. Para Ciampaglia (2017), desde Beviláqua, o contrato se caracteriza como o “acordo de vontades para o fim de adquirir, resguardar, modificar ou extinguir direitos”.

No que se refere a Apple. Se sabe que a empresa é, atualmente, uma referência em tecnologia e design. A companhia se destaca por seus modelos

altamente tecnológicos e com designs que conquistam a todos, mas assim como uma empresa comum, a Apple também se sujeita às leis consumeristas e responde por danos aos seus consumidores.

Para tanto, a empresa possui contrato de Termos e Condições relativo a reparos dos aparelhos, de acordo com o código de defesa do consumidor. O contrato dispõe sobre serviços e produtos, deixando claro todos os direitos que serão garantidos aos consumidores.

Logo na cláusula 1 (APPLE, 2022), especificamente no tópico 1.1, o contrato especifica como será procedido o reparo no aparelho da marca, veja-se:

1.1 Serviços. Para ordens de serviço, a Apple fará o reparo do produto Apple conforme explicado a você cobrando os valores estimados declarados, salvo se tais valores forem alterados com seu consentimento verbal ou por escrito. Salvo se disposto em contrário, a Apple fornecerá serviços de reparo ou substituição quando houver defeitos de fabricação ou material em um produto. Os serviços não serão disponibilizados para problemas causados por falha ou incompatibilidade com qualquer software ou dados existentes ou armazenados em seu produto. A Apple poderá instalar atualizações do software de sistema no âmbito do serviço que evitará que o produto Apple retorne a uma versão anterior do software de sistema. Em razão da atualização do software de sistema, aplicativos de terceiros instalados no produto Apple poderão ser incompatíveis ou não funcionar com o produto Apple.

Pode-se dizer que comprar um aparelho Apple passou a ser não apenas o desejo ou vontade de possuir um bem de qualidade, mas de adquirir a garantia de uma sofisticada experiência digital.

Importante mencionar, que acerca do contrato Apple e sua validade no Brasil, o contrato deixa claro que “Na extensão permitida por lei, todos os pedidos de serviço recebidos de residentes do Brasil serão regidos pelas leis brasileiras, desconsiderando suas disposições sobre conflitos de leis” (APPLE, 2022).

Em suma, ainda que a empresa possua sócio controlador sediado no exterior, as leis aplicadas serão as brasileiras. A empresa responsável pela garantia no país é a Apple Computer Brasil LTDA, uma vez que sua sede fica no Brasil (APPLE, 2022).

3.3.1 Cláusula foro de eleição

O código de Processo civil define várias normas a respeito do foro competente, isto é, determinada ação poderá ser proposta em caso de controvérsia. Neste caso, havendo qualquer problema em determinada situação contratual, a lei já estabelece alguns pontos a serem seguidos (Nunes, 2020).

Entretanto, existe também a possibilidade de inclusão da cláusula foro de eleição no contrato a ser firmado, que basicamente define onde será processada e julgada a ação que decorrer daquela relação.

Importante frisar que assim como qualquer outro, o contrato Apple também deixa claro como se dará a resolução de conflitos em cada país. Reitera-se que no Brasil, na hipótese de conflitos de leis, todos os pedidos de serviço recebidos de residentes no país serão regidos pelas leis brasileiras (APPLE, 2022).

Na mesma linha, o contrato deixa claro a legislação aplicável no caso de solicitação de serviço ou produto.

O tópico 5.1 do contrato aduz que “as leis do país onde você solicitou o serviço ou produto regulamentarão este documento, salvo se descrito de outra forma na tabela de Variações por país, a seguir”.

Assim, para problemas com aparelhos da marca, as leis norteadoras do conflito serão as brasileiras.

4. ESTUDO DE CASO: O PROBLEMA DOS MICROFONES DO IPHONE 7 APÓS ATUALIZAÇÃO

4.1 Os aparelhos Iphone

Em 2007, a Apple anunciou que mudaria seu nome de Apple Computer para Apple Inc. A empresa também anunciou que faria isso porque mudaria o foco de computadores pessoais para eletroportáteis. Desta forma, a Apple lançou, no mesmo ano, um dispositivo revolucionário, o Iphone (Lima, 2019).

Os anos de 2008 a 2018 podem ser considerados a década do iPhone. O aparelho foi bem mais do que um mero celular, o Iphone se tornou o smartphone comum, isto é, foi o que deu origem aos demais smartphones das tantas outras marcas existentes (Lima, 2019).

Antes do Iphone, não existia nada igual. Ele foi o primeiro celular com tela 100% *touch*, que dava para usar de forma intuitiva. Além disso, era muito rápido para a época e possuía diversas funcionalidades, que dava para serem acessadas de forma simples, como mandar e-mail ou acessar o navegador (Lima, 2019).

Atualmente, o Iphone é considerado bem mais que um smartphone, de acordo com Adriana Lima (2019), “iPhones não são apenas smartphones, eles também são símbolos de status. Sejam celebridades ou pessoas comuns, os iPhones são uma verdadeira febre entre todos”.

Ao longo dos anos, o aparelho passou por diversas mudanças em sua tecnologia e design, tornando-se bastante atraente e desejado entre os consumidores. Antes de sua invenção, os celulares antigos costumavam ser volumosos, pesados e com funções limitadas, por essa razão, o lançamento do iPhone foi uma grande revolução tecnológica (Lima, 2019).

A Apple revolucionou diversos setores em pouco mais de 40 anos, pode-se dizer que a empresa fez pela indústria tecnológica o que a Ford fez pela indústria automobilística (Lima, 2019).

4.2 Breve Histórico do caso

Em meados de 2018, usuários dos aparelhos modelo iPhone 7 e suas variantes, da marca americana Apple, se depararam pelo famoso “problema do

microfone”, - com a chegada do iOS 11.3.1 - diversos iPhone 7 e iPhone 7 Plus do mundo todo tiveram seus microfones desativados, não era possível realizar ou receber chamadas de voz, gravar áudios no WhatsApp, nada que funcionasse através desses sensores (VEJA, 2018).

Ocorre que não se tratava apenas de um mero problema de software. A atualização desencadeou em uma falha muito maior, no hardware. Assim, iOS 11.3.1 foi apenas o gatilho para a ativação do defeito que deu muita dor de cabeça a Apple (VEJA, 2018).

Leite (2019), aduz que foi uma falha global, ou seja, nos modelos de todo o mundo, e que, embora não tenha sido relatado por todos os usuários, teve um impacto suficiente para que a Apple reconhecesse o problema.

Entretanto, segundo relata, alguns dias depois a empresa suspendeu o programa de reparos, sob alegação de mau uso por parte dos consumidores detentores dos modelos de iPhone 7. Com base nisso, a empresa passou a cobrar os valores de sua tabela de serviços para realizar a troca dos componentes atingidos ou mesmo pela substituição por um aparelho novo. No Brasil, de acordo com o Procon-MG, os valores de reparo estavam em torno de R\$ 1.700 (LEITE, 2019).

De acordo com o promotor de Justiça Fernando Ferreira Abreu (apud Leite, 2019), um dos responsáveis pelo processo movido pelo órgão de defesa do consumidor contra a Apple, “muitos usuários acabaram pagando o que era cobrado, por desconhecerem o que estava acontecendo e confiarem nas palavras da assistência especializada”.

Entretanto, segundo ele, a empresa não chegou a apresentar provas de que a “a falha foi efetivamente causada por acidente ou mau uso, enquanto o número de reclamações sobre o problema a nível mundial mostra que a situação tem “causa e efeito”, ou seja, teria mesmo sido causada por uma atualização defeituosa” (LEITE, 2019).

4.3 Caso no Brasil x EUA

No Brasil, o Código do Consumidor buscou responsabilizar fornecedores de produtos com defeitos, a fim de que estes consertem ou substituam esses produtos no prazo de 30 dias. É o que dispõe o artigo 18 do CDC (BRASIL. 1990):

Art. 18. Os fornecedores de **produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor**, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas. (grifo acrescido)

Importante salientar ainda, que a não adoção de medidas para sanar a falha possibilita ao consumidor exigir da empresa responsável medida alternativa a solução e à sua escolha, conforme o § 1º do artigo 18 do CDC (BRASIL. 1990).

Diante do ocorrido, o Procon de Minas Gerais, com intuito de penalizar a Apple pelos danos causados a seus consumidores, aplicou-lhe uma multa, em razão da empresa não buscar gerenciar a crise causada, e deixar de ofertar concertos gratuitos do microfone aos consumidores, alegando que se tratava de mal uso.

Com isso, muitos que não sabiam que essa era uma falha do projeto, acabaram pagando para que a APPLE COMPUTER BRASIL LTDA reparasse os modelos, até que ela assumisse publicamente esse problema. Por isso, o Procon-MG fixou multa de R\$ 2,07 milhões à empresa, a ser paga ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL. 2019)

Com essa determinação do Procon-MG, na hipótese de a Apple de fato pagar esse montante, isto abrirá precedente para que usuários que se sentiram lesados e que desembolsaram dinheiro para fazer o reparo em seus aparelhos, ou usaram as unidades com defeito, frente a negativa da empresa em repará-lo gratuitamente, poderão obter indenizações mais facilmente na Justiça.

Não suficiente, o Procon de São Paulo também multou a Apple nos últimos tempos, mas pela falta de transparência nas políticas de alguns apps, muitos deles sem termos em português, na App Store (LEITE, 2019).

De acordo com o Procon, a fixação da multa de mais de R\$ 2 milhões foi baseada em outros processos e penalizações semelhantes contra a empresa, movidas em estados americanos como Califórnia e Illinois. Em ambos os casos, também ficou provado que a falha nos microfones aconteceu após problemas na atualização do iOS, com a cobrança que vinha sendo feita pela Apple sendo taxada como irregular. Até agora, a empresa não se pronunciou sobre a multa recebida pelo Procon-MG (LEITE, 2019).

Nos EUA, o programa de reparos foi interrompido em julho de 2018, mais ou menos dois meses após a liberação da atualização que gerou os problemas supramencionados, para tanto, foi disponibilizada uma nova versão, não mais defeituosa, já estando disponível (WAKKA 2019).

Entretanto, não se tem informações ao certo se o update foi capaz de resolver o problema.

Em meados de 2019, uma ação conjunta estava sendo movida contra a Apple nos EUA acerca deste problema de hardware de áudio nos iPhone 7 e 7 plus. No país, o caso ficou conhecido como *loop disease*² (WAKKA 2019).

O problema foi detectado quando uma série de aparelhos da marca começou a apresentar os mesmos problemas. A referida ação afirma que a Apple sabia do problema e, agindo de má-fé, colocou os aparelhos no mercado.

Nesta linha, explica Wagner Wakka (2019):

Por conta de uma peça conectada ao chip de áudio dos iPhones 7 e 7 Plus que se soltava da placa-mãe, o aparelho entrava em um loop de tentativa de inicialização. O resultado é que os usuários não conseguem ligar o smartphone, que se tornava inútil.

Esta não é a primeira ação coletiva movida contra a empresa em razão de problemas com seus aparelhos. Em que pese a empresa reconheça o *loop disease*, ela não aceita trocar ou reparar os aparelhos de maneira gratuita (WAKKA 2019).

Os consumidores buscam a condenação da empresa a fazer o *recall*, reparo ou mesmo troca dos aparelhos com problema (WAKKA 2019).

4.4 Direito de ação dos consumidores brasileiros

Conforme previsto em contrato da Apple e já citado no presente estudo, quando se tratar de ações contra a empresa de produtos adquiridos no Brasil, as leis aplicáveis ao caso para possível solução de conflito serão as brasileiras.

Assim, os consumidores brasileiros seguirão as leis vigentes no país para propor ação contra a empresa, ainda que considerem que os processos nos EUA poderiam ser mais céleres e mais favoráveis ao consumidor.

² Trata-se de um problema que afetou a linha da Apple em 2018 por conta do desgaste dos smartphones.

Considerando que a empresa está instituída no país, esta se submete as leis brasileiras em caso de violação aos direitos dos consumidores brasileiros. À título de exemplo, acerca do presente problema objeto de discussão do presente estudo, uma ação movida perante à 40ª vara Cível de São Paulo, a juíza responsável pelo caso, Dra. Jane Franco Martins, condenou a empresa a fornecer novo iPhone 7 a consumidor que teve problemas no áudio de seu aparelho, que impediram sua correta utilização (BRASIL, 2021).

Para a magistrada, tratou-se de vício oculto, motivo pelo qual à empresa tem obrigação de reparar o dano. A presente ação de obrigação de fazer, ajuizada pelo consumidor Antônio Aparecido Marcelo Ramos de Almeida, em face da Apple Computer Brasil Ltda, tinha como principal alegação o fato de que recebeu de presente um iPhone 7 no ano de 2018, mas que o aparelho apresentou problemas no áudio, o que impediu sua utilização (BRASIL, 2021).

Em sua decisão a magistrada acatou a alegação do consumidor de que se tratava de vício oculto e decidiu que, ainda que a garantia contratual estivesse expirada, tendo em vista que o problema ocorreu 2 anos após aquisição do aparelho, de acordo com o código de defesa do consumidor, ainda é imputada responsabilidade do fornecedor uma vez que há garantia legal para que o produto satisfaça as necessidades pelas quais o objeto foi adquirido (BRASIL, 2021):

Saliento, também, que, não obstante o término da garantia contratual do produto concedida pelo fabricante, a jurisprudência tem firmado posicionamento no sentido de que o fornecedor responde por vício oculto de produto durável decorrente da própria fabricação, se não decorrente do desgaste natural gerado pela fruição ordinária, desde que haja reclamação dentro do prazo decadencial de noventa dias após evidenciado o defeito, devendo ser observado o critério de vida útil do produto.³

Ademais, ressaltou a Juíza, quanto as obrigações dos fornecedores, que não se trata de responsabilidade *ad eternum* pelos produtos em circulação, mas de afirmar a responsabilidade, ainda que o prazo contratual de garantia tenha expirado: "Reconhecida, portanto, a existência dos vícios apontados, quando da aquisição do aparelho pelo requerente, conclui-se que o produto se apresenta em condições

³Sentença disponível em: <https://www.migalhas.com.br/arquivos/2021/4/DCB5FFE6AF2AD0_apple-.pdf>
Acesso em 05 jun. 2022.

impróprias para normal utilização, comprometendo a confiabilidade do aparelho celular." (BRASIL, 2021)

Por fim, a magistrada julgou procedente o pedido formulado pelo autor, determinando que a Apple procedesse com a substituição do aparelho, no prazo de 30 dias, sob pena de multa diária no valor de R\$ 500, até o limite de R\$ 100 mil em caso de descumprimento da determinação.

4.5 Decisões condenatórias relacionadas ao caso

Existem vários processos judiciais contra a Apple acerca do problema relacionado ao presente estudo. São várias as condenações da empresa em favor dos consumidores que por ela foram lesados. A seguir, serão citados alguns exemplos de casos que já foram julgados.

Inicialmente, no processo de número 0004035-89.2018.8.26.0028, que tramitou no Juizado Especial Cível e Criminal da Comarca de Aparecida – SP, ajuizado por Caren Gabriele da Silva Andrini em face de Apple Computer Brasil LTDA (BRASIL, 2019), a autora relata que:

O aparelho de celular modelo “Iphone 7”, adquirido em 18/05/2017, fabricado pela ré, apresentou problemas de funcionamento após a atualização de software. Aludiu sobre as tentativas de resolução do feito junto à ré e relatou sobre solicitação realizada junto ao Procon, ambas infrutíferas. Pugnou pelo percebimento do valor pago pelo aparelho, corrigido desde a data da compra (fls. 01/02).⁴

Na ação, a Juíza da Ação julgou procedente o pedido proposto pela autora, condenando a restituir à parte requerente, de forma simples, o valor de R\$ 3.158,19, referente ao reembolso da importância paga pelo aparelho defeituoso, com correção monetária pelos índices da Tabela Prática do E. Tribunal de Justiça desde o desembolso (fl. 15), e com juros de mora de 1% ao mês a partir da citação.

Em outra ação, dessa vez movida por Débora Zilberstein, de número 9000087-54.2019.8.21.0039, em tramite na Vara do JEC – Viamão/RS, a autora relata que adquiriu um Iphone 7 Plus Rose Gold 128GB, pelo valor de 1.390,40 dólares

⁴ <https://www.jusbrasil.com.br/processos/219640849/processo-n-000XXXX-8920188260028-do-tj-sp>

australiano (fl. 09). O aparelho apresentou problemas e autora levou à assistência autorizada (fl. 13). Conforme demonstrado pela autora em ordem de serviço o aparelho apresenta problema no áudio.

Nesta ação, a decisão foi no sentido procedente, condenando a Apple a substituir o produto Iphone 7 Plus Rose Gold 128GB por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso, no prazo de 15 dias, sob pena de multa diária de R\$ 100,00 a ser consolidada em 30 dias.⁵

Outro caso, dessa vez no processo de nº 0182819-57.2018.8.05.0001, o autor Rodrigo Fialho Bulcão, também teve seu processo julgado procedente, onde a Apple também foi condenada ao pagamento do valor de R\$ 3.000,00 (três mil reais), a título de danos morais, corrigido monetariamente pelo INPC a partir do arbitramento (Súmula 362 do STJ), acrescido dos juros moratórios de 1% a partir da citação e a substituir o produto do autor, por outro novo, de mesma marca, modelo e espécie indicados na nota fiscal, a título de tutela específica, no prazo de 15 (quinze) dias a contar do trânsito em julgado da ação, sob pena de multa fixa que arbitro no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais), podendo ser majorada em caso de descumprimento.

Mais um caso que merece destaque, julgado pela 1ª Vara do Juizado Especial Cível, proposta por Camila Franco de Moraes Bariani e outro, onde a juíza da ação “julgou parcialmente procedente a demanda, para condenar APPLE COMPUTER BRASIL LTDA a restituir à autora a quantia de R\$ 3.355,00 (três mil trezentos e cinquenta e cinco reais), corrigida monetariamente desde o desembolso (novembro/2016 – fls. 19), e acrescida de juros de mora de 1% ao mês, a contar da citação”. (TJSP. 2019).

Esses são apenas alguns dos inúmeros casos que tramitaram no Brasil acerca deste problema envolvendo os Iphones 7. Já são várias as sentenças condenatórias em detrimento da empresa, com intuito de reparar os danos causados aos seus consumidores em razão deste problema.

Diante disso, se verifica que a justiça brasileira tem sido firme em seu entendimento de que no presente caso a responsabilidade sobre os danos causados deve ser imputada a empresa fornecedora dos aparelhos eivados de vício, devendo cumprir com suas obrigações de reparo ou ressarcimento aos seus consumidores.

⁵ <https://www.escavador.com/processos/101697876/processo-9001745-1620198210039-diario-justica-estado-rio-grande-sul>

5. CONCLUSÃO

Diante de tudo que foi visto no presente estudo de caso, chegou-se à conclusão de que, de fato, há um enorme e crescente avanço tecnológico onde as empresas vivem em um diapasão para aumentar o faturamento de sua cadeia de consumo.

O investimento é incomensurável, para que sejam criadas e levadas ao consumidor “marcas que marquem”, isto é, que se crie algo que os consumidores irão lembrar e serão o ponto primordial de escolha do produto em detrimento de outros.

De certo que cada marca possui significados primordiais para seus consumidores, significados estes que normalmente vem como sinônimo de qualidade entre as demais. Como é o caso da Apple.

Ocorre que, em que pese a grande qualidade e fama da empresa, sabe-se que é comum as atualizações em seus aparelhos e suas consequências provenientes. Nesta linha, o presente estudo de caso teve como principal objetivo analisar a responsabilidade da empresa Apple por danos físicos em seus aparelhos através de atualização de softwares.

Foi visto que estas atualizações ou mesmo o fim destas, pode ser definido como obsolescência programada, destinada a pôr um “prazo de validade” nos produtos, para que o consumidor volte a comprar novos aparelhos antes mesmo do tempo em que faria.

Foi constatado, a partir dos princípios constitucionais estudados, que essa prática fere os princípios da sustentabilidade e da função social da empresa, ambos previstos na Constituição Federal brasileira.

Isso porque, foi visto que os impactos ambientais causados são preocupantes, e tendem a crescer com o grande estímulo que existe ao consumo. Sendo assim, se tornam um perigoso obstáculo para o desenvolvimento sustentável, que deve levar em conta todos os setores da sociedade, e não apenas ao econômico.

Ademais, importante mencionar, que a empresa tem papel fundamental na sociedade, e é considerada importante agente para o desenvolvimento social, entretanto, tendo em vista que a fomentação ininterrupta ao lucro, a prática da obsolescência programada é realizada comumente pelo sistema de indústria capitalista.

Dessa forma, antes os impactos negativos dessa prática, chegou-se a conclusão de que é preciso conciliar os objetivos da empresa com o papel que esta

exerce sobre a sociedade, em prol de minimizar os prejuízos provocados por suas atividades.

Com relação a legislação, é importante enfatizar que, com a execução dessas ações, tem-se a violação aos princípios da vulnerabilidade, da informação e da boa-fé objetiva.

Sabe-se que a vulnerabilidade do consumidor é pressuposta absoluto para a aplicação das leis que visam sua proteção e defesa. Dessa forma, têm-se que as relações de consumo são naturalmente desequilibradas, estando o fornecedor em posição superior em relação ao consumidor.

Ademais, a informação é um direito básico previsto no Código de Defesa do Consumidor. Assim, trata-se de uma ferramenta primordial a ser utilizada no combate à obsolescência programada, uma vez que é com base nas informações relativas ao produto, disponibilizadas pelo fornecedor, que o consumidor opta pelo que consumir.

No mais, para a realização do presente estudo de caso, foi analisado especificamente o caso da atualização ocorrida em meados de 2018, voltada aos modelos de Iphones 7 e 7 plus.

Buscou-se investigar em que medida a atualização, qual seja, a versão do iOS 11.3.1, fez com que os microfones desses aparelhos fossem desligados, prejudicando todos os usuários dos iPhones 7 e 7 plus.

O problema, ocorrido em meados de 2018, que prejudicou usuários no mundo inteiro, gerou bastante discussão no meio jurídico dentro e fora do país. Por sorte, órgãos que visam a proteção da parte mais vulnerável dessas relações de consumo atuam em prol de auxiliar os consumidores lesados com o respectivo problema.

Inicialmente, foi verificado com o presente estudo que o problema se deu por um mal funcionamento da placa de AUDIO IC. Quando o aparelho atualiza para versão IOS 11.3 (ou superior) ocorre um aquecimento desta placa, onde a solda é danificada, causando este problema. Ou seja, é um problema causado por software que acarreta um defeito no hardware.

Os principais problemas relatados pelos usuários foram a demora do aparelho para inicializar, não consegue mais falar ou ouvir durante uma chamada telefônica, não consegue mais enviar áudios de WhatsApp, não consegue mais utilizar o "gravador de voz" do iPhone nem gravar vídeos com áudio, além disso, também relatam que podem acontecer falhas no *TouchScreen*.

Tendo em vista que não há solução eficaz sem que danifique o aparelho, a única solução adotada pela Apple é a substituição do aparelho. Entretanto, o posicionamento da empresa varia de caso para caso, ou seja, se você está dentro de garantia ou não, e se possui algum dano físico na tela (quebrados ou trincados).

Para se livrar de “prejuízos”, a Apple buscou uma forma de lucrar com os problemas por ela gerados. Caso o consumidor esteja dentro do prazo de garantia e com seu aparelho impecável, poderá entrar em contato com o Support Apple e ter seu aparelho substituído, sem custo. Entretanto, se o aparelho está quebrado ou trincado, é muito difícil que o consumidor consiga a substituição do aparelho, estando dentro ou fora de garantia, pois a Apple alegará mal uso.

No Brasil, houve diversos casos em que a empresa cobrou o valor de R\$ 1.700,00 para SUBSTITUIÇÃO do aparelho. (Cotação de Janeiro/2019)

Ocorre que, no Brasil, conforme foi verificado, já houve condenação da empresa por este defeito por ela gerado. O problema foi caracterizado como vício oculto, o que dá direito ao consumidor de recorrer à justiça para pleitear a substituição do aparelho por um novo ou o valor pago devolvido.

No ano de 2019, também estava em curso na justiça Americana uma ação coletiva contra a Apple em razão destes problemas gerados com a atualização nos modelos iPhone 7 e 7 plus.

Diante de tudo o que foi visto, conclui-se que a evolução tecnológica é uma corrente crescente e em constante movimento. A luta pela inovação, para se destacar e se manter bem-posicionada no mercado, é um grande desafio para as empresas. É necessário a manutenção de produtos de excelente qualidade, segurança e com alta tecnologia.

Entretanto, muitas empresas agem de má-fé, desenvolvendo produtos que tem prazo de validade, isto é, tempo de vida útil, e depois de um certo período, tornam-se obsoletos. desta forma, as empresas conseguem movimentar o ciclo de consumo, fazendo com que os consumidores busquem novos aparelhos que satisfaçam suas necessidades.

Com relação ao presente estudo de caso, foi constatado que a empresa Apple é responsável pelos danos causados aos consumidores dos modelos de aparelhos supramencionados no trabalho, a medida em que se negou a realizar os reparos necessários nos aparelhos danificados por sua atualização, necessitando de decisões judiciais para que a empresa, de fato, fosse responsabilizada.

Desta forma, nada mais justo que a condenação da empresa, nas multas que lhe foram aplicadas, bem como nas ações judiciais as quais fora condenada.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Kalyane. **História da Apple: a marca da maçã mais famosa do mundo.** 2021. Disponível em <<https://www.consolidesuamarca.com.br/blog/historia-da-apple>> Acesso em: 22 mar. 2022.
- APPLE. **Termos e condições para reparos. 2022.** Disponível em <<https://www.apple.com/br/legal/sales-support/terms/repair/generalservice/servicetermsbrpt/>> Acesso em: 22 mai. 2022.
- BATEY, Mark. **O significado da marca: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores.** Rio de Janeiro: Best Business, 2010.
- BERGSTEIN, Laís Gomes. **Obsolescência programada: breves notas.** Migalhas. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/173165/obsolescencia-programada-breves-notas>>. Acesso em: 02 jul. 2022.
- BORGES, Gessica. **12 momentos que marcaram a vida e o trabalho de Steve Jobs, o criador da Apple.** 2018. Disponível em: <https://www.ebiografia.com/momentos_vida_trabalho_steve_jobs_criador_da_apple/>. Acesso em: 05 jul. 2022.
- BRAND FINANCE. **Global 500 2022 Ranking.** Disponível em <<https://brandirectory.com/rankings/global/table>> Acesso em: 29 mai. 2022.
- BRASIL. 40ª Vara Cível de São Paulo. **Sentença. Procedimento Comum Cível - Substituição do Produto.** Requerente: Antônio Aparecido Marcelo Ramos de Almeida. Requerido: Apple Computer Brasil Ltda. **Processo Digital nº: 1096479-34.2020.8.26.0100. 28 de março de 2021.** Disponível em <https://www.migalhas.com.br/arquivos/2021/4/DCB5FFE6AF2AD0_apple-.pdf> Acesso em 05 jun. 2022.
- BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor.** 1990. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm> Acesso em: 29 jun. 2022.
- BRASIL. Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Procon Estadual. 14ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor. **Decisão. Processo Administrativo de nº MPMG-0024.19.000695-7.** 31 de julho de 2019. Disponível em <https://www.mpmg.mp.br/data/files/4A/70/2F/23/E944A7109CEB34A7760849A8/Decisoes%20Administrativas_CDC_Produto%20impr_prio%20e%20inadequado%20ao>

%20consumo_Apple%20Computer%20do%20Brasil%20Ltda_Belo%20Horizonte_31%20de%20julho%20de%202019.pdf> Acesso em: 31 jul. 2022.

CARVALHO, Des. Maldonado de. **Princípios Gerais do CDC e Direitos básicos do consumidor. Cadernos do Curso de Extensão de Direito do Consumidor.** 2013. Disponível em: <https://www.emerj.tjrj.jus.br/paginas/publicacoes/cadernos_de_direito_do_consumidor/edicoes/cadernos_de_direito_do_consumidor_9.pdf> Acesso em 02 jul. 2022

CESE. **COMITÊ ECONÔMICO E SOCIAL EUROPEU. Parecer. “Por um consumo mais sustentável: O ciclo de vida dos produtos industriais e informação do consumidor a bem de uma confiança restabelecida”.** CMMI/12. Ciclo de vida dos produtos e informação ao consumidor. Relator Thierry Libaert e Correlator Jean Pierre Haber. Bruxelas, 17 de outubro de 2013. Disponível em: <<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/3c84d55a-a54d-11e3-8438-01aa75ed71a1/language-pt/format-PDFA1A>> Acesso em 03 jul. 2022.

CIAMPAGLIA, Felipe. **Contratos.** 2017. Disponível em: <<https://fciampaglia.jusbrasil.com.br/artigos/443709758/contratos>> Acesso em: 02 mar. 2022.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico.** São Paulo: Saraiva, vs. 2-4, 1998.

FRABASILE, Daniela. **Steve Jobs não entendia a essência da computação, diz Wozniak.** 2016. Disponível em <<https://epocanegocios.globo.com/Carreira/noticia/2016/11/steve-jobs-nao-entendia-essencia-da-computacao-diz-steve-wozniak.html/>> Acesso em: 05 jun. 2022.

GOGONI, Ronaldo. **iPhone 15 anos: como a Apple mudou o mundo para sempre. 2022.** Disponível em: <<https://tecnologia.ig.com.br/colunas/meio-bit/2022-01-11/iphone-evolucao-15-anos.html#102>> Acesso em: 05 jun. 2022.

IDEC. **Quem somos.** 2022. Disponível em: <https://idec.org.br/quem-somos>. Acesso em 28 maio 2022.

LATOUCHE, Serge. **O pequeno tratado do decrescimento sereno.** reimp. Lisboa: Edições 70, 2012.

LEITE, Daniel. **Microfone de iPhone 7 e 7 Plus fica 'surdo', e Apple é multada em R\$ 2 mi.** 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/09/22/apple-e-multada-em-r-2-milhoes-por-problemas-no-iphone-7-e-7-plus.htm>> Acesso em: 03 jul. 2022.

- LIMA, Adriana. **História do iPhone: relembre a evolução tecnológica dos celulares da Apple.** 2019. Disponível em < <https://segredosdomundo.r7.com/historia-do-iphone/>> Acesso em: 05 jun. 2022.
- MARQUES, Cláudia Lima. et al. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 495.
- NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor.** 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 177
- PENA, Rodolfo F. Alves. **Obsolescência Programada; Brasil Escola.** Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/obsolescencia-programada.htm>. Acesso em 27 mai. 2022.
- PEREIRA, Daniel. **Modelo de Negócio da Apple. 2018.** Disponível em <<https://analistamodelosdenegocios.com.br/modelo-de-negocio-da-apple/>> Acesso em: 22 mar. 2022.
- PLAZA, William R. **Em que ano a Apple chegou ao Brasil? 2022.** Disponível em: <<https://www.hardware.com.br/artigos/em-que-ano-a-apple-chegou-ao-brasil/>> Acesso em 30 maio 2022.
- RAWLINSON, Nik. **History of Apple: The story of Steve Jobs and the company he founded.** Macworld. Publicado em: 25/04/2017. Disponível em: <<https://www.macworld.co.uk/feature/apple/history-of-apple-steve-jobs-mac-3606104/>> Acesso em 23 maio 2022.
- REDAÇÃO VEJA. **Atualização da Apple desliga microfone dos iPhones 7 e 7 Plus.** 2018. Disponível em <<https://veja.abril.com.br/economia/atualizacao-da-apple-desliga-microfone-dos-iphones-7-e-7-plus/>> Acesso em: 29 mar. 2022.
- RIBEIRO, Gabriel Francisco; PADRÃO, Marcio. **Há 10 anos, lançamento do primeiro iPhone iniciava revolução no mundo.** 2017. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2017/01/09/ha-10-anos-lancamento-do-primeiro-iphone-iniciava-revolucao-no-mundo.htm> Acesso em 28 jul. 2022.
- SANTOS, Helena Roza dos; DOMINIQUINI, Eliete Doretto. **A insustentabilidade da obsolescência programada: uma violação ao meio ambiente e aos direitos do consumidor.** 2014. Disponível em <<http://publicadireito.com.br/artigos/?cod=ea2af5ea4aabdc1>> Acesso em: 29 jun. 2022.
- SARDAS, L. **O contrato no Novo Código Civil brasileiro: aspectos relevantes da intervenção do judiciário.** 2008. Disponível em:

<https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista27/revista27_63.pdf
> Acesso em: 02 mar. 2021.

SILVA, João Vítor Borges. **A obsolescência programada como prática abusiva nas relações.** 2018. Disponível em <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/prefix/12871>> Acesso em: 29 mar. 2022.

SOUZA, Izabely. **Direito do consumidor e a tutela coletiva.** 2021. Disponível em <<https://izabelysousaad6867.jusbrasil.com.br/artigos/1174613728/direito-do-consumidor-e-a-tutela-coletiva>> Acesso em: 05 jun. 2022.

TOMASETTI JÚNIOR, Alcides. **O objetivo da transparência e o regime jurídico dos deveres e riscos de informação nas declarações negociais para consumo.** Revista de Direito do Consumidor, Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor, n. 4. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1992.

VALE, Horácio Eduardo Gomes. **Princípio da função social da empresa.** 2017. Disponível em <<https://jus.com.br/artigos/56478/principio-da-funcao-social-da-empresa>> Acesso em: 15 ago. 2022.

VEJA ECONOMIA. **Apple é a marca mais valiosa do mundo em 2014. Confira o ranking.** Disponível em <<https://veja.abril.com.br/economia/apple-e-a-marca-mais-valiosa-do-mundo-em-2014-confira-o-ranking/>> Acesso em: 22 mar. 2022.

WAKKA, Wagner. **Apple é processada por bug de áudio do iPhone 7. 2019.** Disponível em <<https://www.apple.com/br/legal/sales-support/terms/repair/generalservice/servicetermsbrpt/>> Acesso em: 05 jun. 2022.