



**ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**

**EXMO(A) SR.(A) DR.(A) JUIZ(A) DE DIREITO DA \_\_\_\_ VARA EMPRESARIAL DA  
COMARCA DA CAPITAL - RJ.**

**COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**, órgão vinculado à Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro CNPJ n.º 30.449862/0001-67) sem personalidade jurídica, especialmente constituído para defesa dos interesses e direitos dos consumidores (**doc. 01**), estabelecida na Rua da Ajuda nº 5, 2º andar, sala 201, Rio de Janeiro/RJ, CEP: 20040-000, vem, por intermédio do seu patrono (**doc. 02**), propor:

**AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO  
COM PEDIDO DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA**

Em face da **APPLE COMPUTER BRASIL LTDA.**, inscrita no CNPJ sob o n.º 00.623.904/0001-73, estabelecida à Rua Leopoldo Couto de Magalhães Jr., nº 700, 7º andar, São Paulo, CEP: 04542-000 e **SAMSUNG ELETRÔNICA DA AMAZÔNIA LTDA**, inscrita no CNPJ sob o n.º 00.280.273/0001-37, estabelecida à Av. dos Oitis, nº 1.460, Distrito Industrial, Manaus/AM, CEP:69.007-002 pelas razões fáticas e jurídicas a seguir expostas:



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

### PRELIMINARES

#### I - DA LEGITIMIDADE ATIVA DA AUTORA

Dispõe o artigo 82, III, do CDC que “para fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente” “as entidades e órgãos da administração pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos” dos consumidores.

A autora é uma comissão permanente da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (arts. 109, da Constituição do Estado do Rio de Janeiro, e 25, parágrafo único, XXI, do Regimento Interno da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro), sem personalidade jurídica, especificamente destinada, de forma ampla, à defesa dos direitos e interesses do consumidor (art. 26, § 19, alíneas “a” a “c”, do Regimento Interno da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro), e de forma específica, apesar de não haver qualquer exigência no artigo 82, III, do CDC (exige apenas que “defenda” os direitos e interesses dos consumidores), à defesa dos direitos e interesses do consumidor através de ações judiciais coletivas de consumo (art. 26, § 19, alínea “d”, do Regimento Interno da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro).

Portanto, inegável a legitimidade da autora para figurar no pólo ativo da presente demanda, assim como de qualquer demanda judicial coletiva de consumo, conforme, há anos, reconhecido pelo E. Superior Tribunal de Justiça, vejamos:

PROCESSUAL CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. SISTEMA DE BILHETAGEM ELETRÔNICA DE ÔNIBUS REALIZADA PELA FETRANSPORTE - RIOCARD.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

### ARTS. 81 E 82 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. LEGITIMAÇÃO ATIVA DA COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR DA ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. INTERPRETAÇÃO DAS NORMAS QUE REGEM A AÇÃO CIVIL PÚBLICA.

1. Cinge-se a controvérsia à legitimidade da Comissão de Defesa do Consumidor da Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro para propor Ação Civil Pública visando a obrigar os associados da Federação das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro - Fetranspor a informar o saldo do Riocard (sistema de bilhetagem eletrônica de ônibus) sobre cada débito realizado no respectivo cartão.
2. O CDC conferiu legitimação para ajuizamento de demandas coletivas, inclusive para a tutela de interesses individuais homogêneos, às "entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados a defesa dos interesses e direitos" do consumidor (art.82, III).
3. As normas que regem a Ação Civil Pública - símbolo maior do modelo democrático, coletivo, eficiente e eficaz do acesso à Justiça, na sua concepção pós-moderna - convidam à ampliação judicial, jamais à restrição, do rol de sujeitos legitimados para a sua propositura. O Juiz, na dúvida, decidirá em favor do acesso à Justiça, pois a negação da legitimação para agir demanda vocalização inequívoca do legislador.
4. A recorrente - Comissão de Defesa do Consumidor da Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro - é entidade ou órgão técnico vinculado ao Poder Legislativo Estadual com competência, expressa e específica, para atuar na tutela do consumidor, integrando o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.
5. A previsão normativa para ajuizar demandas coletivas na hipótese dos autos foi inserida, em fevereiro de 2006, no art. 26, § 49, "d", do Regimento Interno da Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro, reforma (diga-se, de passagem, desnecessária) realizada rigorosamente para expressar tal possibilidade.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

6. Na apreciação da legitimação para a proposição de ações coletivas, não se deve entender restritivamente a expressão "Administração Pública", referida no art. 82, III, do CDC. Para o intérprete da lei, como o STJ, importa apenas indagar se o órgão em questão exerce, com base em autorização legal, função administrativa e, por meio dela, a defesa do consumidor, de modo análogo ou semelhante ao Procon.

7. Recurso Especial provido para reconhecer a legitimidade da Comissão de Defesa do Consumidor da Assembléia Legislativa do Rio de Janeiro para a propositura de demanda coletiva visando à defesa do consumidor (grifou-se)  
(REsp 1075392/RJ, Rel. Ministro CASTRO MEIRA, Rel. p/ Acórdão Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 15/12/2009, DJe 04/05/2011)

## II - DA APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A definição legal de *fornecedor*, no mercado de consumo, nos é dada pelo art. 3º *caput*, da Lei 8.078/90:

*Art. 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.*

Vê-se então que na conceituação do *protagonista* do fornecimento de consumo, segundo FILOMENO, preterindo expressões como "industrial", "comerciante", "banqueiro", "segurador", "importador", o Código preferiu o emprego da expressão **fornecedor**, mais abrangente, para alcançar todos os que atuam na "cadeia" da relação consumerista:



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

“Ou seja, e em suma, o protagonista das sobreditas ‘relações de consumo’ responsável pela colocação de produtos e serviços à disposição do consumidor.

Assim, para Plácido e Silva, ‘fornecedor’, derivado do francês *fournir, fournisseur*, é todo comerciante ou estabelecimento que abastece ou fornece habitualmente uma casa ou um outro estabelecimento dos gêneros e mercadorias necessárias a seu consumo.

Nesse sentido, por conseguinte, é que são considerados todos quantos propiciem a oferta de produtos e serviços no mercado de consumo, de maneira a atender às necessidades dos consumidores, sendo despidendo indagar-se a que título, sendo relevante, isto sim, a distinção que se deve fazer entre as várias espécies de fornecedor nos casos de responsabilização por danos causados aos consumidores, ou então para que os próprios fornecedores atuem na via regressiva e em cadeia da mesma responsabilização, visto que vital a solidariedade para a obtenção efetiva de proteção que se visa oferecer aos mesmos consumidores.”<sup>1</sup>

Não é demais lembrar que as rés, enquanto empresas privadas, pessoas jurídicas, que visam o lucro por meio dos seus produtos lançados no mercado de consumo, se enquadram no conceito de fornecedor do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, nos termos do artigo 3º.

Quanto ao conceito de consumidor, o código consumerista, utilizou a Teoria Finalista e determinou que consumidor é toda pessoa física ou jurídica que é o destinatária final do produto ou serviço, nos seguintes termos:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. (GRIFOS NOSSOS).

---

<sup>1</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito, *et al.* Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto, 9ª ed. São Paulo: Forense, 2007. p. 46/47.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Portanto, incontroverso que ao presente caso deve ser aplicado o Código de Defesa do Consumidor, já que as rés se enquadram no conceito de fornecedoras, e que as pessoas atingidas pela conduta das demandadas se enquadram no conceito de consumidor.

### **III - DOS FATOS**

A Comissão de Defesa do Consumidor desta casa legislativa tomou conhecimento por intermédio de reclamações formalizadas nos seus canais de atendimento (**ANEXO 01**); matérias jornalísticas publicadas em sites especializados em tecnologia (**ANEXO 02**), bem como em discussões realizadas pela sociedade civil, que as demandadas estão comercializando aparelhos de celular de última geração sem os respectivos carregadores para tomada, item essencial para o funcionamento do aparelho, e pior, sem comunicar adequadamente os consumidores sobre este fato.

Em fevereiro do corrente ano, a Fundação PROCON-SP firmou um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com a SAMSUNG, para que os consumidores que adquiriram aparelhos da linha GALAXY S21 pudessem receber o carregador de forma gratuita, já que os celulares da referida linha estavam sendo comercializados sem este item.

<https://canaltech.com.br/smartphone/procon-e-samsung-fazem-acordo-para-que-carregador-da-linha-s21-seja-gratis-178747/>

Entretanto, o mesmo acordo não foi firmado com a Apple, pois a empresa se recusou a adotar as medidas indicadas pela Fundação PROCON-SP, de modo que desde o lançamento do iPhone 12, em novembro de 2020, a multinacional vem comercializando os aparelhos de última geração sem o respectivo carregador, bem como não possibilita aos seus clientes adquiri-lo de forma gratuita.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Tal fato fez com que a Apple fosse multada pelo PROCON-SP em 10.5 milhões de reais, multa máxima aplicada por este órgão estadual, o que propiciou que a empresa recuasse e também disponibilizasse o carregador para tomada, de forma gratuita, aos consumidores que adquiriram o iPhone 12 e assim o desejassem. Ressalta-se que tal ação não fez com que o PROCON-SP retirasse a multa aplicada.

<https://canaltech.com.br/smartphone/apple-e-multada-em-r-10-mi-por-iphone-sem-carregador-e-publicidade-enganosa-181036/>

Após o fim do prazo do TAC firmado entre a Fundação PROCON-SP e a SAMSUNG, a empresa voltou a comercializar os aparelhos da linha GALAXY S21 sem garantir aos consumidores o direito de receberem o carregador de forma gratuita, bem como adotou a mesma medida no lançamento dos aparelhos da linha Galaxy Z Flip 3 e do Galaxy Z Fold 3, de forma que as caixas das respectivas mercadorias não contêm o adaptador de tomada para carregar o respectivo aparelho.

Com a mesma estratégia, a Apple vem comercializando os aparelhos iPhone 12 e iPhone 13 sem os respectivos carregadores para tomada. Assim, o PROCON-SP notificou novamente as rés, para que os carregadores sejam disponibilizados gratuitamente aos consumidores que adquirem tais aparelhos celulares.

<https://canaltech.com.br/smartphone/procon-sp-notifica-apple-e-samsung-pela-falta-de-carregador-em-novos-celulares-197016/>

Com o mesmo objetivo, o Ministério da Justiça e Segurança Pública notificou as rés, para formalizar um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) que prevê que as referidas empresas deverão adotar uma política transitória, com disponibilização, de forma gratuita, de carregadores para todos os consumidores que adquirirem qualquer um dos produtos de sua





## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

linha, até que sejam implementadas iniciativas voltadas ao consumo consciente por parte do cliente, com desenvolvimento de campanhas informativas e educacionais.

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/10/27/apple-e-samsung-sao-notificadas-pelo-governo-novamente-apos-venda-de-celulares-sem-carregadores.ghtml>

Além de não disponibilizarem o carregador, as empresas não informam adequadamente os consumidores sobre a ausência deste item essencial para o funcionamento do aparelho. Como se sabe, os fabricantes de celular que comercializam seus aparelhos no mercado interno brasileiro sempre forneceram o carregador/adaptador de tomada como um item obrigatório da mercadoria.

Ressalta-se, inclusive, que as rés continuam comercializando os aparelhos mais antigos com os carregadores inclusos, gerando nos consumidores a real expectativa de receberem este item na caixa dos aparelhos recém lançados/de última geração, sobretudo por se tratar de aparelhos superiores e mais caros. Portanto, qualquer mudança nesta dinâmica deve ser muito bem informada aos consumidores, o que não se verifica no caso concreto, já que as demandadas não fazem qualquer ressalva na publicidade da mercadoria sobre a ausência deste item.

As empresas entendem que a simples descrição dos itens que compõem a caixa do aparelho celular, no final da página sobre as especificações técnicas da mercadoria, é suficiente para que o consumidor tenha ciência que o carregador/adaptador de tomada não é disponibilizado **(ANEXO 03)**.

<https://www.apple.com/br/iphone-13-pro/specs/>

<https://www.samsung.com/br/smartphones/galaxy-z-fold3-5g/specs/>





## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

A Apple informa, frisa-se, apenas no final da página sobre as especificações técnicas do produto, os itens que contém na caixa do aparelho, quais sejam: o celular iPhone com iOS 15, cabo de USB-C e documentação, conforme *print* abaixo:

Conteúdo da caixa    iPhone com iOS 15  
Cabo de USB-C para Lightning  
Documentação



**Tal informação não é suficientemente clara e adequada para esclarecer aos consumidores que o aparelho celular não contém o carregador para tomadas, sobretudo porque a ausência de um item tão importante para o regular funcionamento do celular deveria ser comunicado de forma destacada, prioritariamente, nas publicidades da mercadoria.**

No caso da SAMSUNG a situação é ainda mais grave, pois a empresa, além de descrever os itens que compõe a caixa da mercadoria somente no final da página sobre as especificações técnicas do aparelho; sequer se dignou em apresentar uma foto ilustrando que o carregador não é fornecido ao cliente, como fez a sua concorrente Apple, vejamos:

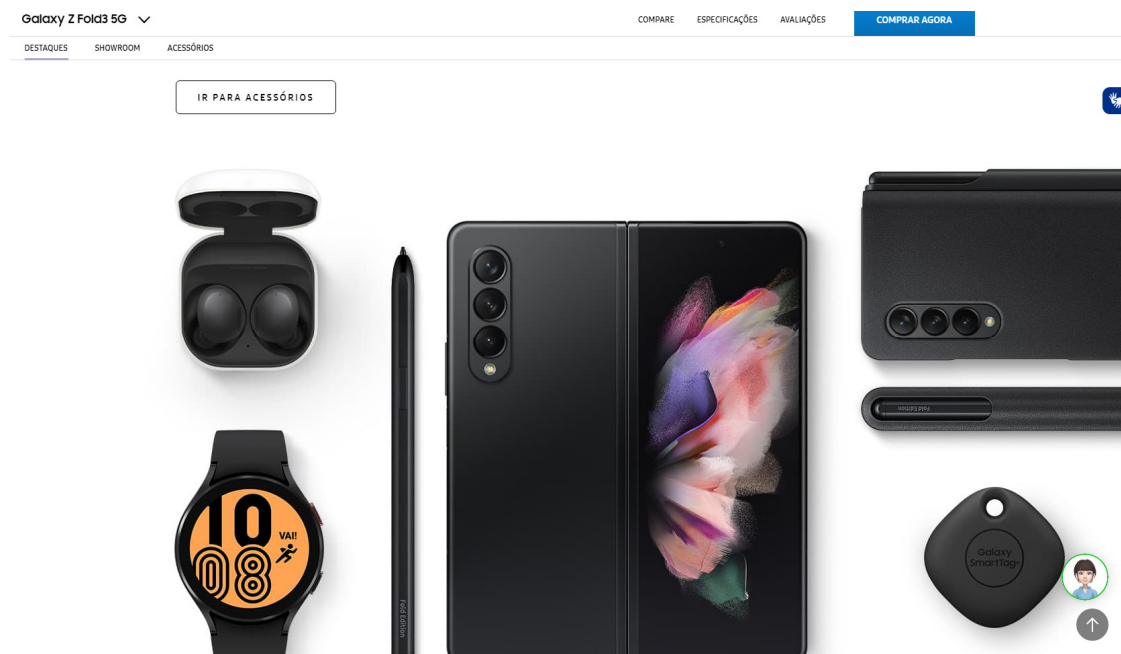
## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

### Caixa

#### Conteúdo da Caixa

Aparelho celular, Cabo USB, Extrator de Chip e Manual do usuário

Nas publicidades dos aparelhos em análise nesta Ação Civil Pública, constantes nos sites das réis (**ANEXO 04**) e nos demais meios publicitários, não há nenhuma informação a respeito da ausência do carregador para tomadas dos produtos, o que configura publicidade enganosa por omissão. Chama a atenção desta Comissão o fato das demandadas, ao anunciarem os acessórios que os clientes podem adquirir para compor a mercadoria, não fazerem menção ao carregador de tomada em voga.



# Dê um toque final.

## AirPods

Os AirPods têm áudio para o dia todo e são fáceis de levar e usar onde você quiser.

[Comprar >](#) [Saiba mais >](#)



## AirTag

Prenda um nas chaves, coloque outro dentro da mochila e use o app Buscar para saber onde eles estão.

[Comprar >](#) [Saiba mais >](#)



## MagSafe

Coloque uma capa ou carteira magnética. Ou as duas. E recarregue sem fio mais rápido.

[Comprar acessórios MagSafe >](#)

As empresas sustentam que a ausência do carregador em alguns aparelhos decorre de uma política de conscientização ambiental, de modo que não seria necessário incluir este item na caixa da mercadoria, tendo em vista que parte dos seus clientes já possuem os respectivos produtos oriundos de aparelhos antigos da marca.

Ocorre que nem todo potencial cliente das demandadas possui um aparelho celular cujo carregador antigo seja compatível, ademais, é sabido que os novos carregadores levam menos



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

tempo para carregar o aparelho, de modo que o cliente que resolver utilizar carregadores antigos poderá perder a eficiência do próprio celular.

Fato é que o consumidor, caso não tenha outro carregador compatível, terá que adquirir obrigatoriamente um novo perante o fabricante do celular ou terceiros, já que não se trata de um item meramente acessório, sobretudo porque sem este produto, o consumidor terá que carregar o seu celular em aparelhos que possuem entrada USB, o que inviabiliza a utilização plena da mercadoria, já que as tomadas brasileiras ainda não estão adaptadas a esta tecnologia.

Assim, resta evidenciado a necessidade das rés disponibilizarem o carregador para tomadas na caixa dos aparelhos celulares comercializados pelas demandadas, bem como informar de maneira clara, adequada e eficaz, na publicidade dos produtos, a ausência deste item essencial para o funcionamento do celular.

### IV – DO DIREITO

#### **IV. I - DO DIREITO À INFORMAÇÃO**

Optou o legislador pátrio por dar maior ênfase ao dever de informação, conforme se extrai da leitura atenta dos artigos 4º, *caput*; 6º, II e III; 8º; 9º; 10, § 1º; 12, *in fine*; 14, *in fine*; 30, 31; 37, § 1º; 40; 46; 52; *caput* e incisos, e 54, §§ 3º e 4º.

A opção do legislador levou em conta a natural vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, a orientação de organismos internacionais e a tendência do direito comparado, principalmente do direito europeu. O objetivo é claro: dar condições para que o consumidor possa contratar de forma racional, ou melhor, fazer escolhas acertadas.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

“A fragilidade do consumidor sintetiza a razão de sua proteção jurídica pelo Estado. O consumidor é a parte frágil nas mais diversas e variadas relações jurídicas estabelecidas no mercado. Ante essa constatação, diversos países, especialmente a partir da década de 70, editaram normas de tutela dos interesses dos consumidores. Como reflexo dessa preocupação, a ONU, em 1985, por meio da Resolução 39/428, recomendou que os governos desenvolvessem e reforçassem uma política firme de proteção ao consumidor para atingir os seguintes propósitos: proteção da saúde e segurança; fomento e proteção dos interesses econômicos do consumidor; fornecimento de informações adequadas para possibilitar escolhas acertadas; educação do consumidor; possibilidade efetiva de ressarcimento do consumidor e liberdade de formar grupos e associações que possam participar das decisões políticas que afetem os interesses dos consumidores” (BESSA, Leonardo Roscoe. *Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil de 2002: convergências e assimetrias/ coordenadores Roberto Augusto Castellanos Pfeiffer, Adalberto Pasqualotto*. São Paulo: RT, 2005, pp. 282/283)

“A abrangência do dever de explicar é uma questão de necessidade: quando um especialista compra uma máquina complicada, o vendedor já pode pressupor certos conhecimentos; no entanto, no caso de produtos novos ou ainda não conhecidos no mercado, o vendedor deve explicar detalhadamente com usá-los”. (FABIAN, Christoph. *O Dever de Informar no Direito Civil*. RT: São Paulo, 2002, p. 127)

“Neste momento de tomada da decisão pelo consumidor, também deve ser dada a oportunidade do consumidor conhecer o conteúdo do contrato (veja art. 46 do CDC), de entender a extensão das obrigações que assume e a abrangência das obrigações da prestadora de serviços, daí a importância do destaque e clareza das cláusulas contratuais”. (MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor, o novo regime das relações contratuais*. RT: São Paulo, 2002, p. 191)



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

O Código consumerista, em seu art. 6º, III, prevê que é direito básico do consumidor o acesso à informação clara e adequada sobre os produtos e serviços fornecidos no mercado de consumo, vejamos:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III - 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; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012)

O direito à escolha consciente do consumidor, no momento da aquisição do produto ou serviço, está diretamente relacionado ao direito à informação. Conforme visto, o art. 6, III do CDC aduz ser direito básico do consumidor "a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem".

Neste sentido, é essencial que as informações prestadas na fase pré-contratual sejam suficientemente claras para que o consumidor possa formar sua própria convicção a respeito do produto que deseja adquirir ou contratar, de modo que a partir da plena ciência das características desta mercadoria, o consumidor possa decidir se deseja firmar o negócio.

Em seu Art. 31, o CPDC aduz que a oferta (de boa-fé) deve assegurar informações claras, precisas, ostensivas, etc., tudo, com o objetivo de que não restem dúvidas ao consumidor no momento de celebrar seus contratos ou contrair obrigações.





## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Nas palavras da Exma. Ministra Nancy Andrichi, no julgamento do RESP 988595/SP (DJ 07.12.2009), o direito à informação está diretamente relacionado ao princípio da boa-fé objetiva:

Em última análise, portanto, a correta prestação de informações, que para além de constituir direito básico do consumidor, revela-se, ainda, consectário da lealdade inerente à boa-fé objetiva, constitui o ponto de partida a partir do qual será possível determinar a perfeita coincidência entre o serviço oferecido e o efetivamente prestado – grifos nossos.

Portanto, é indene de dúvidas que, ao não informar aos clientes que determinados aparelhos celulares, mais especificamente os de última geração, não são vendidos com o respectivo carregador de tomada, item essencial para utilização da mercadoria; as rés não garantem ao consumidor o direito básico à informação adequada e clara, negando-lhe a possibilidade de realizar uma escolha consciente, baseada nas reais condições do produto fornecido pelas demandadas; ferindo, assim, o princípio da boa-fé objetiva e configurando verdadeiro defeito na prestação do serviço.

Tal fato é tão grave que o legislador pátrio cuidou de tipificar tal conduta com infração penal prevista no art. 66 do Código de Defesa do Consumidor, com detenção de três meses a um ano e multa.

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.





## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposo;

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Assim, as empresas devem ser compelidas a informar de maneira clara e adequada, chamando a atenção dos clientes, nas suas publicidades, para o fato do aparelho celular comercializado pelas demandadas não conter na sua caixa o carregador para tomadas, item essencial para o regular funcionamento do produto, de modo a garantir a ciência do consumidor sobre as reais condições do aparelho telefônico que será adquirido.

### IV. II - DA PUBLICIDADE ENGANOSA POR OMISSÃO

Aduz o art. 37 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.(...)

(...)

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Publicidade enganosa é a que induz o consumidor ao engano, pode ser parcial ou inteiramente falsa, possibilitando ao consumidor tomar decisões equivocadas. Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin entende que:

*“O legislador demonstrou colossal antipatia pela publicidade enganosa. Compreende-se que assim seja. Este 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.”<sup>2</sup>*

A publicidade é atividade privada de tornar público produtos e serviços para possibilitar uma venda. Como via de regra, serve para enaltecer a qualidade, ou associar produtos ou serviço à qualidade ou bens imateriais. A “*natureza, características, qualidade, quantidade, propriedade, origem, preço e outros dados sobre produtos e serviços*” são entregues à criatividade do publicitário, para que os torne mais atraentes.

A criatividade para tornar o produto ou serviço atraente não encontra limites, mas felizmente, a lei impõe limites ao modo como estas informações serão repassadas aos consumidores. Por vezes a sociedade brasileira encontra-se cansada desse embate inglório contra as publicidades enganosas e passa a “engolir” inúmeros tipos de ilícitos em produtos e serviços.

---

<sup>2</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini (& BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; WATANABE, Kazuo; NERY JUNIOR, Nelson) Código brasileiro de defesa do consumidor (Comentado pelos autores do anteprojeto). 6ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, PP 283-284



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Conforme evidenciado nesta demanda, sobretudo por meio dos **ANEXOS 03 e 04** e dos respectivos links de acesso ao site das rés, as demandadas não informam aos seus clientes de maneira clara, adequada e eficaz sobre a ausência, na caixa dos celulares, dos carregadores para tomadas, item indispensável para o regular funcionamento do aparelho telefônico.

Por outro lado, as rés sempre disponibilizaram este item nos aparelhos celulares de gerações anteriores, na verdade, as demandadas continuam disponibilizando os carregadores para tomadas na caixa dos aparelhos celulares de linhas inferiores, o que gera nos clientes a real expectativa da presença deste item nas mercadorias de última geração/lançamentos, sobretudo por se tratar de produtos superiores e mais caros.

Ademais, ao publicizarem os aparelhos smartphones, nos seus respectivos sites – mais especificamente nas páginas que contêm as informações relevantes sobre os celulares em voga – as demandadas não incluíram na imagem dos itens acessórios que podem ser adquiridos posteriormente pelos clientes os carregadores para tomadas, levando o consumidor ao erro, por acreditar que este item será disponibilizado na caixa da mercadoria de forma gratuita, assim como nos demais aparelhos.

Portanto, a ausência deste item essencial para o regular funcionamento do aparelho telefônico, deveria ter sido muito bem informada aos consumidores, já que a omissão desta informação configura verdadeira publicidade enganosa, sobretudo porque o *modus operandi* das rés nos lançamentos anteriores criou no consumidor a expectativa de receber o carregador como item obrigatório da mercadoria.

Desta forma, cabe a atuação do poder Judiciário no sentido de impor a lei para que as rés sejam compelidas a adequarem as informações constantes nas publicidades referentes às



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

mercadorias em análise, de forma a garantir que o consumidor tenha ciência da ausência do carregador de tomadas na caixa dos aparelhos celulares.

### IV.III – DO VÍCIO DO PRODUTO E DAS PRÁTICAS ABUSIVAS ENVOLVIDAS

Prescreve o art. 18 do CDC que os fornecedores de produtos duráveis, como é o caso dos smartphones, respondem pelos vícios de qualidade que tornem a mercadoria imprópria ou inadequada ao consumo a que se destinam, vejamos:

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.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

**I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;**

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

**III - o abatimento proporcional do preço.**

(...)

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

**III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.**

É inegável que o carregador é um item essencial para o funcionamento dos smartphones comercializados pelas rés, sobretudo porque sem a devida carga, o produto simplesmente não funciona. Não é demais lembrar que a simples disponibilização de um cabo USB na caixa do celular não supre a necessidade do adaptador de tomadas, já que, conforme relatado anteriormente, as tomadas brasileiras não são totalmente adaptadas a esta tecnologia, obrigando o consumidor, caso não tenha o referido adaptador/carregador de tomadas, a procurar um dispositivo eletrônico compatível com o cabo disponibilizado para ter o correto funcionamento do aparelho celular ou adquirir, à parte, o referido carregador, fabricados pelas rés ou por terceiros.

Ocorre que o aparelho de telefonia móvel se tornou um bem essencial para o desenvolvimento das atividades cotidianas, portanto, é utilizado em diversos lugares pelos seus usuários, de modo que nem sempre será possível/viável encontrar um dispositivo eletrônico ou uma tomada que aceite o cabo USB para recarregar a mercadoria, o que, por óbvio, impossibilitará a utilização do aparelho telefônico.

Não se trata apenas do consumidor se programar para manter o aparelho previamente carregado, nos ambientes nos quais não será possível encontrar um dispositivo eletrônico ou uma tomada compatível com o cabo USB, mas sim a necessidade imperiosa dos fornecedores disponibilizarem peças compatíveis com a realidade brasileira, possibilitando a efetiva utilização dos smartphones comercializados pelas rés.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Portanto, a ausência do carregador na caixa dos smartphones configura vício do produto, já que o torna inadequado à efetiva utilização da mercadoria, possibilitando ao adquirente o direito de receber o carregador de forma gratuita, bem como, caso assim não o deseje, receber o abatimento proporcional do valor correspondente ao item comercializado à parte. Ressalta-se que, em razão da essencialidade do aparelho celular, o consumidor pode fazer jus a entrega do item faltante, ou do abatimento proporcional de forma imediata.

A não entrega do carregador na caixa do produto, bem como a falta de informações claras sobre a ausência deste item, estabelecem obrigações que colocam o consumidor em desvantagem manifestamente excessiva, incompatível com a boa-fé objetiva, já que leva o cliente a adquirir um aparelho celular sem os itens necessários para o regular funcionamento da mercadoria; bem como o obriga a comprar um carregador a parte para conseguir utilizar o smartphone, configurando verdadeiras práticas abusivas. Nos termos do art. 39, I e V do CDC:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos

(...)

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

Portanto, se faz necessária a intervenção estatal para coibir tal prática odiosa.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

### IV.IV – DOS DANOS MATERIAIS E MORAIS INDIVIDUALMENTE CONSIDERADOS

A ausência de carregadores nas embalagens dos smartphones de última geração comercializados pelas rés obriga os consumidores a despendem valores com este item, já que necessariamente, para terem o regular funcionamento do aparelho telefônico, terão que adquirir um carregador do mesmo fabricante ou de terceiros.

É importante ressaltar que tais consumidores já despendem valiosa quantia para adquirirem os aparelhos de telefonia móvel em voga, já que estamos diante de produtos de última geração/lançamentos das marcas e perfazem a linha *premium* de celulares no mercado.

Por óbvio, a frustração da expectativa dos consumidores que, ao adquirirem este tipo de produto, não recebem os itens completos necessários para a utilização regular do aparelho, bem como a ausência de atendimento por parte do setor de pós venda das referidas marcas, geram um abalo que ultrapassa o mero aborrecimento e, portanto, indenizável.

Da mesma forma, os clientes que decidiram se render à prática adotada pelas demandadas e tiveram que adquirir o carregador de tomada para o seu aparelho telefônico, merecem ter a quantia despendida reembolsada, já que o item em análise deveria integrar o rol de acessórios obrigatórios para a regular utilização da mercadoria, tendo em vista que, sem este item, o aparelho telefônico se torna um mero objeto decorativo, pois não será possível carregar o produto.

Diante do exposto, requer que as demandadas sejam condenadas a indenizar, de forma ampla e completa, os danos morais e materiais causados aos consumidores individualmente considerados.





## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

### IV.V - DA EXISTÊNCIA DE DANOS MORAIS COLETIVOS

É evidente a caracterização do dano moral coletivo, não só em razão da publicidade enganosa por omissão veiculada no site das empresas demandadas (no que concerne à ausência de informação clara, adequada e eficaz sobre a falta do carregador na caixa dos smartphones comercializados pelas rés), atingindo um número indeterminado de consumidores, mas também em razão dos clientes que adquiriram os smartphones em questão não poderem usufruí-lo em sua integralidade sem que comprem um carregador à parte, acarretando frustração da expectativa dos consumidores.

É importante frisar, com relação ao dano moral coletivo, que há previsão expressa no nosso ordenamento jurídico no art. 6º, VI e VII do CDC.

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

VI - a efetiva proteção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; (grifo nosso).

No mesmo sentido, o art. 1º da Lei nº. 7.347/85:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados: (grifou-se).

I - ao meio ambiente;

II - ao consumidor;



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

III - a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IV - a qualquer outro interesse difuso ou coletivo;

V - por infração da ordem econômica e da economia popular;

VI - à ordem urbanística. (grifo nosso)

Conforme afirma Leornado Roscoe Bessa, em artigo dedicado especificamente ao tema, "*além de condenação pelos danos materiais causados ao meio ambiente, consumidor ou a qualquer outro interesse difuso ou coletivo, destacou, a nova redação do art. 1º, a responsabilidade por dano moral em decorrência de violação de tais direitos, tudo com o propósito de conferir-lhes proteção diferenciada*".<sup>3</sup>

A concepção do dano moral coletivo, como bem afirma o autor, não pode estar mais presa ao modelo teórico da responsabilidade civil privada, de relações intersubjetivas unipessoais. Vemos, nesse assunto, uma nova gama de direitos, difusos e coletivos, necessitando-se, pois, de uma nova forma de sua tutela. E essa nova proteção, com base no art. 5º, inciso XXXV da Constituição da República, sobressai, sobretudo, no aspecto preventivo da lesão. Por isso, são cogentes meios idôneos a punir o comportamento que ofenda (ou ameace) direitos transindividuais.

Trata ainda, o mesmo autor, "*em face da exagerada simplicidade com que o tema foi tratado legalmente, a par da ausência de modelo teórico próprio e sedimentado para atender aos conflitos transindividuais, faz-se necessário construir soluções que vão se utilizar, a um só*

---

<sup>3</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. Dano moral coletivo. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

*tempo, de algumas noções extraídas da responsabilidade civil, bem como de perspectiva própria do direito penal*"<sup>4</sup>.

Desta forma, diante dessas premissas, vemos que a função do dano moral coletivo é homenagear os princípios da prevenção e precaução, com o intuito de propiciar uma tutela mais efetiva aos direitos difusos e coletivos, como no caso em tela. Nesse aspecto, a disciplina do dano moral coletivo se aproxima do direito penal, especificamente de sua finalidade preventiva, ou seja, de prevenir nova lesão a direitos metaindividuais.

Ainda sobre o tema, menciona Leonardo Roscoe Bessa que *"como reforço de argumento para conclusão relativa ao caráter punitivo do dano moral coletivo, é importante ressaltar a aceitação da sua função punitiva até mesmo nas relações privadas individuais"*.<sup>5</sup>

Isso porque o caráter punitivo do dano moral sempre esteve presente, até mesmo nas relações de cunho privado e intersubjetivas. É o que se vislumbra da fixação de astreintes e de cláusula penal compensatória, a qual tem o objetivo de pré-liquidação das perdas e danos e de coerção ao cumprimento da obrigação. Outrossim, a função punitiva do dano moral individual é amplamente aceita na doutrina e na jurisprudência. Tem-se, portanto, um caráter dúplice do dano moral: indenizatório e punitivo. E o mesmo se aplica, nessa esteira, ao dano moral coletivo.

Em síntese, utilizando novamente do brilhante artigo produzido por Leonardo Roscoe Bessa, *"a dor psíquica ou, de modo mais genérico, a afetação da integridade psicofísica da pessoa ou da coletividade não é pressuposto para caracterização do dano moral coletivo. Não há que se falar nem mesmo em sentimento de desapreço e de perda de valores essenciais que afetam negativamente toda uma coletividade"* (André Carvalho Ramos) "diminuição da estima,

<sup>3</sup> Leonardo Roscoe. Dano moral coletivo. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

<sup>5</sup> Dano moral coletivo. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

infringidos e apreendidos em dimensão coletiva" ou "modificação desvaliosa do espírito coletivo" (Xisto Tiago). Embora a afetação negativa do estado anímico (individual ou coletivo) possa ocorrer, em face dos mais diversos meios de ofensa a direitos difusos e coletivos, a configuração do denominado dano moral coletivo é absolutamente independente desse pressuposto"<sup>6</sup>.

Resta demonstrado, portanto, que o dano moral coletivo tem uma função punitiva em virtude da violação de direitos difusos e coletivos, sendo devidos, de forma clara, no caso em apreço.

Os fatos narrados são ofensivos a toda a coletividade e põem em risco especialmente a grande quantidade de consumidores que adquirem os produtos das Rés. É necessário, pois, que o ordenamento jurídico crie sanções suficientes para fazer cessar essa atitude das empresas no que diz respeito, especificamente, à publicidade enganosa e às práticas abusivas, sendo esta a função do dano moral coletivo.

Portanto, diante da gravidade das lesões, suas repercussões e as circunstâncias fáticas demonstradas pela autora, bem como em razão da condição do ofensor, a demandante requer que a reparação pelo dano moral coletivo não seja inferior a R\$ 1.000.000,0 (um milhão de reais)

### IV.VI - DO ÔNUS DA PROVA

No que concerne à Publicidade Enganosa, o art. 38 do CDC aduz que: "O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina", **com grifo nosso.**

<sup>6</sup>. Dano moral coletivo. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Nesta toada, faz-se claro que, uma informação ou comunicação publicitária, na maioria das vezes, não parece oferecer maiores dificuldades de prova a quem as patrocina. A veracidade e correção, se duvidosas, podem por meio da argumentação e de esclarecimentos, chegar à maior consistência de verdade. Este preceito engloba possibilidades amplas, informação ou comunicação, ambas de índole publicitária.

Geralmente as campanhas publicitárias não especificam a empresa de publicidade responsável pela criativa mensagem divulgada. Assim, a ressalva diferenciada do caput do artigo 38 deixa claro que a responsabilização é de quem as patrocina, deixando sem dúvida nenhuma, que é do fornecedor. Demonstrando, portanto, que trata-se de inversão *ope legis* do ônus da prova.

Quanto às demais alegações da Autora, o art. 6, VIII do CDC dispõe que é direito básico do consumidor “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”.

Neste sentido, é inegável que as alegações da autora são verossímeis e que a demandante, assim como os consumidores representados por ela nesta ACP, é hipossuficiente técnica e econômica frente às demandadas, motivo pelo qual se faz necessária a inversão do ônus da prova.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

### IV. VII - DO CABIMENTO E NECESSIDADE DE TUTELA ESPECÍFICA DA OBRIGAÇÃO EM CARÁTER LIMINAR

Inicialmente, impende frisar que a concessão de antecipação dos efeitos da tutela antes da oitiva da parte processual ré não ofende qualquer norma ou princípio constitucional, valendo transcrever a doutrina de Nelson Nery Júnior<sup>7</sup>, no sentido de inexistência de violação ao princípio do contraditório nestes casos, in verbis:

“Há, contudo, limitação imanente à bilateralidade da audiência no processo civil, quando a natureza e a finalidade do provimento jurisdicional almejado ensejarem a necessidade de concessão de medida liminar, inaudita altera pars, como é o caso da antecipação de tutela de mérito (CPC, art. 273), do provimento cautelar ou das liminares em ação possessória, mandado de segurança, ação popular, ação coletiva (art. 81, parágrafo único do CDC) e ação civil pública. Isto não quer significar, entretanto, violação do princípio constitucional, porquanto a parte terá oportunidade de ser ouvida, intervindo posteriormente no processo, inclusive com direito a recurso contra a medida liminar concedida sem sua participação. Aliás, a própria provisoriedade dessas medidas indica a possibilidade de sua modificação posterior, por interferência da manifestação da parte contrária, por exemplo.”

Conforme os arts. 21 da Lei 7.347/1985 da Lei de Ação Civil Pública e os artigos 83, 84 e 90 da Lei n. 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor - a concessão da tutela de urgência é medida viável em demandas coletivas:

“Art. 21 - Aplicam-se à defesa dos direitos e interesses difusos, coletivos e individuais, no que for cabível, os dispositivos do Título III da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor.”

---

<sup>7</sup> In ‘Princípios do Processo Civil na Constituição Federal’. Coleção de Estudos de Processo ENRICO TULLIO LIEBMAN – volume 21. Editora Revista dos Tribunais, 5.ª edição, 1999, página 141



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

“Art. 83 - Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este Código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.”

“Art. 84 - Na ação que tenha por objeto o cumprimento da obrigação de fazer ou não fazer, o Juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento.

§ 1º - A conversão da obrigação em perdas e danos somente será admissível se por elas optar o autor ou se impossível a tutela específica ou a obtenção do resultado prático correspondente.

§ 2º - A indenização por perdas e danos se fará sem prejuízo da multa (artigo 287 do Código de Processo Civil).

§ 3º - Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao Juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu.

§ 4º - O Juiz poderá, na hipótese do § 3º ou na sentença, impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando prazo razoável para o cumprimento do preceito.

§ 5º - Para a tutela específica ou para a obtenção do resultado prático equivalente, poderá o Juiz determinar as medidas necessárias, tais como busca e apreensão, remoção de coisas e pessoas, desfazimento de obra, impedimento de atividade nociva, além de requisição de força policial.” (Grifos nossos).

“Art. 90 - Aplicam-se às ações previstas neste Título as normas do Código de Processo Civil e da Lei nº 7.347, de 24 de junho de 1985, inclusive no que respeita ao inquérito civil, naquilo que não contrariar suas disposições.”

É, portanto, plenamente viável o requerimento, no bojo de ação civil pública, de tutela antecipada liminar, nos moldes previstos nos parágrafos 3º. e 4º. do art. 84 do Código de Defesa do Consumidor. Dentro da nova classificação das tutelas de urgência proposta por Luiz





## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Guilherme Marinoni, o retrocitado art. 84 do Código de Defesa do Consumidor alberga as três modalidades de tutela inibitória do ilícito, a saber: a) a que visa impedir a prática do ilícito; b) a que visa impedir a repetição do ilícito já praticado; **c) a que visa impedir a continuação do ilícito continuamente praticado (esta a tutela inibitória que ora almejamos).**

Neste sentido, é importante dizer que o art. 300, caput e § 3º, do Código de Processo Civil – ao tratar da concessão da tutela de urgência de natureza antecipada, impõe como requisitos a presença do *fumus boni iuris* e do *periculum in mora*, além, é claro, da reversibilidade dos efeitos da decisão.

Assim, a tutela deve ser antecipada porque há fundado receio de dano irreparável. Com efeito, a publicidade constante no site das rés e nos demais meios publicitários não informam ao consumidor, de maneira clara e adequada, que os smartphones lançamentos comercializados pelas demandadas não são enviados com o respectivo carregador. Tal ausência de informação atinge um número indeterminado de consumidores, os quais são levados a adquirirem a mercadoria da empresa, acreditando que receberão os itens completos do aparelho, conforme costume e smartphones outrora vendidos pelas rés, entretanto, são submetidos a um aparelho telefônico sem o respectivo carregador.

É inegável que a ausência de informação clara e adequada sobre a ausência deste item, induz o consumidor ao erro, levando-o a adquirir as mercadorias das empresas sem a garantia da presença dos itens completos e necessários à regular utilização dos smartphones. Tal fato pode gerar transtornos das mais diversas ordens, deste modo, é importante assegurar que os consumidores tenham acesso às informações necessárias para realizar uma escolha consciente no momento da aquisição do produto.

Realmente, a duração patológica que infelizmente as limitações estruturais do Poder Judiciário impõem aos processos pode acabar arrastando a presente demanda e perpetuando a



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

impunidade e o desprezo da ré pelo direito em tela, configurando-se pois o justificado receio de ineficácia do provimento final através da ausência da prestação de tutela efetiva e tempestiva, que tantas vezes finda por retirar da lei sua eficácia.

No caso em questão, necessário se faz a concessão da medida antecipatória para que as rés sejam compelidas a fornecerem o carregador de tomadas nas caixas de todos os smartphones comercializados pelas empresas; bem como, alternativamente, sejam obrigadas a atualizar, de maneira a informar clara e adequadamente, no seu site ou em qualquer outro meio publicitário, de maneira destacada, com letras em tamanho igual ao do anúncio, que o aparelho telefônico não dispõe de carregadores, devendo o item ser adquirido a parte;

### **IV. VIII - DA IMPOSIÇÃO DE MULTA POR DESCUMPRIMENTO**

A fim de garantir a eficácia das medidas antecipadas requeridas, torna-se necessário a cominação de multa diária no importe de R\$100.000,00 (cem mil reais), em face da **APPLE COMPUTER BRASIL LTDA. E SAMSUNG ELETRÔNICA DA AMAZÔNIA LTDA**, para a hipótese de descumprimento de qualquer uma das medidas deferidas, conforme arts. 536 §1.º e 537 do Código de Processo Civil, com a destinação dos valores em favor de Fundo Especial de Apoio a Programas de Proteção e Defesa do Consumidor – FEPROCON.

### **V - DO PEDIDO LIMINAR**

Presentes os requisitos previstos no art. 300, §2º do Código de Processo Civil e art. 12, caput, da Lei da Ação Civil Pública, a COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO requer LIMINARMENTE E SEM A OITIVA DA PARTE CONTRÁRIA que seja determinado *initio litis* às rés:



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

1 - sejam compelidas, nos casos em que comercializam os aparelhos celulares sem os respectivos carregadores, a fornecerem o carregador compatível com o cabo disponibilizado na caixa da mercadoria.

2 – alternativamente, sejam as rés obrigadas a atualizar, de maneira a informar clara e adequadamente, no seu site e em qualquer outro meio publicitário, de maneira destacada, com letras em tamanho igual ao do anúncio, que a caixa do aparelho telefônico não contém o carregador/adaptador, devendo o item ser adquirido à parte.

3 - para a hipótese de não cumprimento da tutela de urgência de natureza antecipada a ser concedida por esse juízo, ou atraso no seu cumprimento, sejam as rés compelidas ao pagamento de multa no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) por dia, a ser recolhida ao Fundo Especial de Apoio a Programas de Proteção e Defesa do Consumidor - FEPROCON.

### **VI – DA AUDIÊNCIA DE CONCILIAÇÃO**

O autor opta pela não realização de audiência de conciliação, conforme artigo 319, VII, do Código de Processo Civil.

### **VII - DA AUDIÊNCIA DE MEDIAÇÃO**

O autor opta pela não realização de audiência de mediação, conforme artigo 319, VII, do Código de Processo Civil, pois restam evidenciadas as irregularidades perpetradas pelas rés, de modo que a mediação se constituirá em um ato infrutífero. Ademais, considerando a sistemática da ação civil pública e o fato da CODECON-ALERJ ser um ente público, há que se observar a publicidade dos atos estatais, o que afasta a possibilidade de resolução do conflito por meio da mediação, já que neste ato vigora o princípio da confidencialidade.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

### **VIII - DOS PEDIDOS PRINCIPAIS**

Pelo acima exposto, requer:

- 1 – a citação da ré para querendo responder a presente, sob pena de sofrer as sanções legais pertinentes;
- 2 – a confirmação de MEDIDA LIMINAR, inaudita altera pars, de modo que se torne definitiva a concessão para:
  - 2.1 – condenar as rés definitivamente, nos casos em que comercializam os aparelhos celulares sem os respectivos carregadores, na obrigação de fornecerem o carregador compatível com o cabo disponibilizado na caixa da mercadoria.
  - 2.2 – alternativamente, condenar as demandadas definitivamente na obrigação de atualizar, de maneira a informar clara e adequadamente, no seu site e em qualquer outro meio publicitário, de maneira destacada, com letras em tamanho igual ao do anúncio, que a caixa do aparelho telefônico não contém o carregador, devendo o item ser adquirido à parte.
  - 2.3 - para a hipótese de não cumprimento da tutela de urgência de natureza antecipada a ser concedida por esse juízo, ou atraso no seu cumprimento, sejam as rés compelidas definitivamente ao pagamento de multa no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) por dia, a ser recolhida ao Fundo Especial de Apoio a Programas de Proteção e Defesa do Consumidor - FEPROCON.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

3 – Alternativamente, sejam as demandadas compelidas a abaterem do preço final do aparelho telefônico que não dispõe de carregador em sua caixa, o valor correspondente ao carregador comercializado pelas rés à parte, compatível com o cabo disponibilizado na caixa da mercadoria.

4- sejam as rés condenadas a indenizarem, de forma ampla e completa, os DANOS MORAIS E MATERIAIS causados aos consumidores individualmente considerados.

5 – sejam as rés condenadas a pagar indenização, no importe de R\$1.000.000,00 (um milhão de reais), a título de danos morais coletivos, em favor de Fundo Especial de Apoio a Programas de Proteção e Defesa do Consumidor - FEPROCON, em consonância ao disposto no inciso II do art. 24 do Decreto nº 861, de 09/07/93, que regulamentou a Lei nº 8078, de 11 de setembro de 1990, alterada pela Lei nº 8656, de 21 de maio de 1993, em prazo a ser estabelecido por V. Exa.;

6 – a inversão do ônus da prova (arts. 6º, VIII e 38 do CDC) nos termos da fundamentação supra;

7 – a publicação do edital em órgão oficial, conforme previsto no artigo 94 da Lei n. 8.078/90; bem como a condenação da ré na obrigação de publicar, às suas custas, em dois jornais de grande circulação desta Capital, bem como em seu sítio virtual na internet em seu respectivo endereço, em quatro dias intercalados, sem exclusão do domingo, em tamanho mínimo de 20 cm x 20 cm, a parte dispositiva de eventual procedência, para que os consumidores dela tomem ciência, oportunizando, assim, a efetiva proteção de direitos lesados;

8 - a intimação do Ministério Público;



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

9 – a condenação das Rés ao pagamento das custas e despesas processuais, bem como, na cobrança de honorários advocatícios em decorrência da sucumbência, devendo o respectivo valor da condenação ser depositado no fundo da ALERJ (Banco: Itaú – Agência: 5673; Conta Corrente: 00643-2; CNPJ: 14.751.813/0001-28);

10 – a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos ou despesas, pela autora, conforme art.18 da Lei de Ação Civil Pública e o art. 87 do Código de Defesa do Consumidor;

### **IX - DAS PROVAS**

Requer pela produção de todas as provas admissíveis em direito.

### **X - DO VALOR DA CAUSA**

Dá-se a esta causa, por força do disposto no art. 291 do Código de Processo Civil e para efeitos meramente fiscais, o valor de R\$1.000,00 (mil reais).

Nestes termos,  
Pede deferimento.

Rio de Janeiro, 16 de novembro de 2021.

**Plínio Lacerda Martins**  
**OAB/RJ nº 056.244**

**Jeferson Queiroz dos Santos**  
**OAB/RJ nº 206.131**