

PROCESSO ADMINISTRATIVO	0024.15.016414-3
ÁREA	Produtos
ASSUNTO	Celular
PROBLEMA	Vício de produto Publicidade enganosa
RECLAMANTE	Procon Estadual
RECLAMADO	Motorola
ATO PROCESSUAL	Decisão administrativa

Vistos etc.

Tratam, os autos, de processo administrativo em que se investiga a prática, pela empresa MOTOROLA MOBILITY COMÉRCIO DE PRODUTOS ELETRÔNICOS LTDA., qualificada no feito, das seguintes infrações: i) venda de celular com vício de qualidade, pois a tela não seria resistente a quedas e impactos, como anunciado; ii) discriminação dos usuários de produto, pois atende quem recorre aos procons e nega o conserto ou a troca do produto aos que procuram o seu canal de relacionamento; iii) sabe da repercussão coletiva do problema e não divulga o fato aos seus consumidores, para resolvê-lo, violando o princípio da boa-fé objetiva.

Em razão da prática dessas supostas infrações, o Procon Estadual proibiu a comercialização do celular Moto X, 2ª geração, em Minas Gerais, até que o fornecedor cumprisse a medida cautelar determinada por ocasião da abertura do processo administrativo, para evitar novas lesões aos interesses e direitos dos consumidores (f. 02/26 e 34/500).

A decisão cautelar foi suspensa pela Justiça, por força de liminar obtida em mandado de segurança.

Impugnando o feito, a empresa alegou: **a)** ausência de vício do produto, pois não é "legítima a expectativa *a priori* de que um telefone celular, com uma tela de vidro sensível ao toque, seja inquebrável ou que resista a quedas e impactos, especialmente se o manual do produto trazer mensagens de que o produto pode se quebrar no caso de queda, como a seguinte: "**Não derrube o seu dispositivo: caso ele seja derrubado, a tela pode quebrar e a garantia não terá mais validade**". Ou seja, o produto oferece e entrega o uso que dele é esperado";¹ **b)** o "fato de o Moto X (2ª geração)

¹ - Vol. III, f. 526, §§ 3º e 4º.

contar com tecnologia que garante maior resistência à tela não pode ser interpretado como garantia de que a tela não irá se quebrar em caso de queda";² **c)** não "foi essa a promessa que a Impugnante fez aos seus consumidores na propaganda do produto";³ **d)** para se "falar em infração às normas de proteção ao consumidor, e mais precisamente em vício de produto, é necessário demonstrar, a partir do material publicitário ou de ofertas feitas pela Impugnante referente ao Moto X (2ª geração), promessa de integridade do vidro da tela do celular mesmo em uma situação de queda ou impacto";⁴ **e)** o que os anúncios mostram é que o aparelho conta com a tecnologia Gorilla Glass, "que garante durabilidade e previne riscos" (sites do Submarino e Americanas) e (b) uma "tela mais resistente a riscos" (site do Walmart), não garantindo, em nenhum momento, que o vidro seria inquebrável;⁵ **f)** ainda que o vidro da "tela do Moto X (2ª geração) seja mais resistente que vidros de outros aparelhos equipados com vidro comum", "isso não torna o vidro inquebrável";⁶ **g)** até o Procon Estadual reconhece que o vidro do celular Moto X (2ª geração) não é inquebrável;⁷ **h)** "os testes de resistência e qualidade feitos pelo fabricante" da tela, disponíveis no canal You Tube, "são feitos a partir das pressões sobre o vidro" e não em razão de "impactos por quedas";⁸ **i)** o Procon Estadual não trouxe, aos autos, "informações técnicas" que pudessem corroborar "as alegações de que os aparelhos não seriam resistentes, como seria de se esperar", pois "em uma queda, muitas variáveis, que não apenas a altura, podem influir para determinar o impacto (por exemplo, se alguém derrubou ou esbarrou no aparelho, o tipo de superfície sobre a qual ele caiu, a velocidade, o ângulo de impacto, a existência de obstáculos, etc.) e é exatamente por esse motivo que a Impugnante e todas as demais empresas do mercado consideram a queda do aparelho uma condição extintiva da garantia limitada que é oferecida ao consumidor";⁹ **j)** o fato de adotar, "em alguns casos", "o reparo ou a troca sem custo do aparelho danificado", não significa que a empresa queira "fugir de suas responsabilidades", mas, ao contrário, que segue "as melhores práticas e tem como política favorecer os meios alternativos de solução de conflitos", e, assim, em "contencioso administrativo ou judicial" visa "reduzir o volume de casos em tramitação, a preservação da base de clientes, gerenciamento de custos e a manutenção de bom relacionamento com as autoridades integrantes do sistema de defesa do consumidor", o que "nada

2 - Vol. III, f. 527, § 1º.

3 - Vol. III, f. 527, § 1º.

4 - Vol. III, f. 527, § 3º.

5 - Vol. III, f. 527, § 4º.

6 - Vol. III, f. 528, §§ 5º e 6º.

7 - Vol. III, f. 529, § 2º.

8 - Vol. III, f. 530, § 2º.

9 - Vol. III, f. 532, §§ 2º e 3º.

tem de ilegal ou antiético".¹⁰

Por fim, o fornecedor requereu a insubsistência e o arquivamento do processo administrativo, por entender não ter praticado infração e se dispôs a prestar qualquer informação adicional (f. 513/533 e 534/573).

Na sequência, foram praticados os seguintes atos processuais: i) despacho do Procon Estadual, analisando a defesa da empresa, decretando nova decisão cautelar, para alteração dos anúncios do produto, marcando audiência pública e determinando fiscalização (f. 574/591 e 592/631); ii) envio de ofícios, em cumprimento à decisão cautelar proferida (f. 632/699); iii) despacho, para juntada de novas notícias de fato e realização de outras diligências (f. 700/747); iv) juntada dos autos de constatação realizados pela Secretaria de Fiscalização (f. 748/779); v) resposta da Motorola sobre a segunda decisão cautelar proferida, comunicando ter realizado a mudança nos anúncios publicitários do produto e reafirmando a sua posição de que não praticou qualquer conduta ilegal (f. 780/794); vi) juntada de notícias de fato (f. 795/815); vii) correspondência eletrônica do Procon Estadual, dando ciência, à empresa, dos autos de constatação realizados pela fiscalização, e sua resposta (f. 816/819); viii) despacho, intimando a empresa para cumprir diligências, e determinando a juntada dos anúncios do produto na internet e da lista dos consumidores presentes à audiência pública (f. 820/834); ix) audiência, na qual foram entregues cópias da ata de audiência pública e dos autos de constatação realizados pela fiscalização, para análise e providências cabíveis, em relação à segunda decisão cautelar (f. 982/1068); x) despacho, determinando a juntada de petição do fornecedor, de novas reclamações dos consumidores e o envio de proposta de acordo à Motorola, para análise, no prazo de 30 dias (f. 1.071/1.184); xi) remessa das propostas de termo de ajustamento de conduta (TAC) e transação administrativa à empresa (f. 1.185/1.193); xii) despacho, juntando reclamações e o ofício do Ministério Público do Estado de Pernambuco, para resposta (f. 1.194/1.259); xiii) petição do fornecedor, informando que providenciaria, a título de garantia especial, o reparo da tela dos celulares dos consumidores identificados no feito (f. 1.260); xiv) petição da Motorola, requerendo o agendamento de reunião para discutir a proposta de acordo feita pelo Ministério Público e a suspensão do prazo concedido para alegações finais (f. 1.261); xv) juntada das alegações finais da empresa, por não ter aceito a segunda proposta de acordo do Procon Estadual (f. 1.262/1.267); xvi) despacho, juntando novas notícias de fato, determinando a elaboração de release, para divulgar o comunicado de garantia especial da Motorola, a designação de reunião,

¹⁰ - Vol. III, f. 531, §§ 2º a 4º.

como requerido pela empresa, e a juntada, aos autos, das correspondências eletrônicas enviadas, buscando uma solução amigável do problema, o que não foi possível (f. 1.270/1.367 e 1.368/1.399); xvii) despacho, juntando novas notícias de fato (f. 1.400/1.475); xviii) petição da empresa, citando a reunião ocorrida, e solicitando o envio dos dados dos consumidores, para providenciar a garantia especial por ela concedida, o que foi deferido com a vista dos autos, para retirada de cópias (f. 1.476 e 1.507/1.507); xix) despacho, juntando reclamações no feito (f. 1.511/1.521 e 1.523/1.524); xx) petição da empresa, juntando correspondências enviadas aos consumidores, comunicando a garantia especial oferecida para o reparo do celular e solicitar, no prazo de 15 (quinze) dias, a entrega do aparelho na assistência técnica, para a realização do conserto (f. 1.525/1.741); xxi) juntada de ofício da Advocacia Geral do Estado, citando a existência do mandado de segurança impetrado pela Motorola, o deferimento de liminar, suspendendo a decisão cautelar do Procon Estadual, e solicitando informações, as quais foram prestadas (f. 1.742/1.790); xxii) despacho juntando novas reclamações (f. 1.793/1860).

RELATO SUCINTO, passo à decisão administrativa.

Como visto do relatório, este processo administrativo foi aberto para investigar a prática, pela empresa Motorola, das seguintes infrações:

“i) venda de celular com vício de qualidade, pois a tela não seria resistente a quedas e impactos, como anunciado; ii) discriminação dos usuários de produto, pois atende quem recorre aos procons e nega o conserto ou a troca do produto aos que procuram o seu canal de relacionamento; iii) sabe da repercussão coletiva do problema e não divulga o fato aos consumidores, para resolvê-lo, violando o princípio da boa-fé objetiva” (f. 02/26 e 34/500).

O primeiro problema – venda de celular com vício de qualidade, pois a tela não seria resistente a quedas e impactos, como anunciado – foi noticiado nas reclamações feitas ao Procon Estadual, nos meses de agosto a novembro do ano passado, por 78 (setenta e oito) usuários do celular MOTO X (2ª Geração),

abordando problema comum, ou seja, a fragilidade da tela “Gorilla Glass”, que se quebra ao cair de pequena altura, contrariando os anúncios feitos na oferta do produto, de que o vidro seria mais resistente a quedas e impactos.

Uma síntese das reclamações dos consumidores foi apresentada na tabela abaixo, quando da instauração do processo administrativo, com as seguintes informações: i) dados do consumidor; ii) ordem cronológica dos registros; iii) se o anúncio prometeu uma maior resistência da tela do produto à queda, em razão da tecnologia utilizada em sua fabricação; iv) altura aproximada do impacto:

MOTOROLA X (2ª GERAÇÃO)				
QUEDA ACIDENTAL E TRINCA DA TELA				
CONSUMIDOR	CIDADE	DATA	RESISTE	ALTURA
Lusciene Pereira de Souza	BH	03/07	-	60 cm
João Paulo Santana	BH	03/07	Sim ¹¹	40 cm
Laís Marina Parreira Sepúlveda	Contagem	17/08	Sim ¹²	20 cm
Daniel Hector Ferreira Madureira	Contagem	19/08	Sim ¹³	60 cm
Patrício Duarte de Barros	BH	19/08	-	40 cm
Thiago Gomes Rodrigues	Ubá	19/08	Sim ¹⁴	30 cm
Sophia Silva Xavier	BH	26/08	-	Pequena
Rodrigo Quintino de Souza	BH	27/08	Sim ¹⁵	-
Rosana Carvalho Pacheco	BH	01/09	Sim ¹⁶	Pequena
Leonardo Gomes de Almeida Mota	Patos de Minas	01/09	Sim ¹⁷	30 cm
Adriano dos Santos	Uberlândia	04/09	Sim ¹⁸	60 cm
Luciana da Silva Elisio	BH	04/09	-	-
Vitor Augusto Sousa Rosa	Bom Despacho	08/09	Sim ¹⁹	Baixa
Christiane Helaine Boaventura	Paracatu	08/09	Sim ²⁰	1 metro
Lucas Rafael de Oliveira Matos	BH	08/09	-	30 cm
Gilcélia Lourenço Trindade	BH	08/09	Sim ²¹	30 cm
Douglas Lima Diniz	Contagem	08/09	-	40 cm
Leonardo Carneiro Vale	Leopoldina	09/09	-	Pequena
Camila Fernanda Lacerda Vieira	Sarzedo	09/09	Sim ²²	50 cm
Mariana Lara Messias Pereira	Lavras	10/09	Sim ²³	Pequena

11 - "Na divulgação do aparelho, a empresa garante uma tela de qualidade e este fato contraria essa ideia" (f. 116).

12 - "O produto não é resistente como a empresa garante" (f. 118).

13 - "Esse aparelho é dito pela fabricante como super resistente". É "propaganda enganosa" (f. 120).

14 - "Sempre soube que o celular não possui garantia sobre quedas, mas ao se tratar desse modelo que possui uma tela anunciada como altamente resistente, e se tratar de uma queda ridícula, recorri a eles" (f. 239).

15 - "A empresa faz uma propaganda mentirosa sobre a durabilidade e resistência do produto" (f. 127).

16 - "Um dos motivos da minha escolha foi a qualidade do mesmo, inclusive do componente "gorilla glass" (f. 139).

17 - "O aparelho teria uma tecnologia que o deixaria mais resistente a choques e quedas". "Fui enganado no momento da compra onde o vendedor me dizia o tempo todo que o aparelho teria uma alta resistência, o que é mentira pois ficou provado" (f. 143).

18 - "Não acreditei quando via a tela quebrada, visto que a empresa anuncia sua tão "resistente" tela, intitulada "Gorilla Glass" (f. 147).

19 - "Me senti lesado, pois comprei um aparelho que deveria me proporcionar uma resistência maior" (f. 154).

20 - "A fabricante deveria assumir que a tela do produto não possui a qualidade informada, e retirar a propaganda enganosa que diz que o produto possui uma tela que aguenta impactos" (f. 156).

21 - "A tela do aparelho é super frágil ao contrário do que é divulgado pela Motorola" (f. 161).

22 - "Conforme a motorola o aparelho possui a tecnologia gorilla glass que é resistente a danos, arranhões e quebras, porém o aparelho demonstrou imensa fragilidade" (f. 171).

th



Paulo Pacheco Costa Reis	Leopoldina	10/09	Sim ²⁴	20 cm
Fernando Diego Moreira Castro	BH	10/09	-	40 cm
Henrique Silva de Oliveira	Contagem	10/09	Sim ²⁵	Pequena
Weder Alves de Miranda	Timóteo	11/09	-	26 cm
Márcia Geane Moraes de Moura	Prata	11/09	Sim ²⁶	Só cm
Bárbara Artioli dos Santos	Uberlândia	11/09	Sim ²⁷	30 cm
José Gondim de Rezende Júnior	Uberlândia	11/09	-	20 cm
Marcos Henrique Beneton Júnior	Varginha	14/09	-	90 cm
Juan Prospero Campos Ayala	BH	15/09	Sim ²⁸	20 cm
João Vittor Morais Miguel	Maria da Fé	16/09	Sim ²⁹	25 cm
Não identificado (a pedido)	Cabo Verde	16/09	-	-
Flávio Ângelo Martins	Barbacena	16/09	Sim ³⁰	30 cm
Yara Miranda Alves Isola	Campo Belo	16/09	-	-
Daniele Rodrigues Marinho	BH	16/09	Sim ³¹	-
Michael Silva Santos	Betim	16/09	Sim ³²	Pequena
Michael Silva Santos	Betim	24/09	Sim ³³	-
Joubertth Ives Rocha Pessoa	Senhora do Porto	18/09	-	10 cm
Carolina Cristiane de Paula	Contagem	21/09	Sim ³⁴	-
Helcio Dornelas de Souza	Arinos	21/09	Sim ³⁵	30 cm
Victor Guimarães Ferreira	Barbacena	22/09	Sim ³⁶	25 cm
Não identificado (a pedido)	Campestre	22/09	Sim ³⁷	30 cm
João Pedro Dias de Souza	João Pinheiro	23/09	Sim ³⁸	15 cm
Luiz Gustavo dos Santos Ferreira	BH	24/09	Sim	30 cm
Ricardo Cesare Ramos Guimarães	BH	24/09	-	23 cm
Rachel de Oliveira da Silva	BH	24/09	Sim ³⁹	20 cm

23 - "O que acontece é que a empresa cobra um valor absurdo para o aparelho (1.500,00) divulgando uma proteção para a tela Gorilla Glass" (f. 173).

24 - "Me surpreendeu a fragilidade do aparelho que apresenta um mês de uso e possui uma tela Gorilla Glass" (f. 175).

25 - "Para um celular que seu maior marketing é em torno de sua resistência e durabilidade, isso é totalmente inaceitável" (f. 181).

26 - "Li no manual de instruções que o produto poderia quebrar se recebesse um impacto considerável, porém o impacto que levou foi de apenas centímetros" (f. 188).

27 - "Já se percebe que o telefone não é resistente como a propaganda diz". "A tela do aparelho é super frágil ao contrário do que é divulgado pela Motorola" (f. 193).

28 - "Não concordo com a fragilidade da tela do aparelho, devido a propaganda que oferece um Corning Gorilla Glass 3" (f. 206).

29 - "Me sinto indignado por pagar um preço tão alto por um aparelho tão frágil, sendo que não é bem o que a empresa mostra ser o produto" (f. 209).

30 - "Segundo a empresa, ao anunciar o produto, prometia uma tela com a tecnologia Gorilla glass, de ótima qualidade e muito resistente a impacto" (f. 214).

31 - "Um absurdo já que em sua propaganda se diz tão resistente" (f. 219).

32 - "O celular vem equipado com a tecnologia Gorilla Glass 3, que segundo ele traz uma resistência maior a tela" (f. 223).

33 - "O celular vem equipado com a tecnologia Gorilla Glass 3, que segundo ele traz uma resistência maior a tela".

34 - "A tela se diz Gorilla Glass mas quebrou com uma facilidade incrível" (f. 241).

35 - "No Anuncio do Aparelho aparece da seguinte maneira: "Com o resistente Corning Gorilla Glass se estendendo de ponta a ponta, a tela estará sempre protegida" (f. 246).

36 - "O smartphone possui em seu display a tecnologia Gorilla Glass (vidro resistente a danos e riscos)" (f. 250).

37 - "Como uma película de vidro pode ser mais resistente que uma tela gorilla glass, como no anúncio de venda dizia" (f. 254).

38 - "A fabricante diz ser resistente a esses tipos de acidentes" (f. 256).



Diego Silva Batista de Sousa	Uberaba	24/09	Sim	10 cm
Pedro Neto Anacleto	Cláudio	24/09	Sim ⁴⁰	25 cm
Pedro Neto Anacleto	Cláudio	28/09	Sim ⁴¹	25 cm
Não identificado (a pedido)	Águas Vermelhas	24/09	-	30 cm
Mateus Scarano Moreira	BH	24/09	-	-
Valdeci Fernandes Pereira	BH	24/09	-	30 cm
Gustavo Henrique Araújo Santos	BH	24/09	Sim ⁴²	30 cm
Gustavo Henrique Araújo Santos	BH	25/09	Sim ⁴³	30 cm
Samuel Almeida	Varzelândia	28/09	Sim	30 cm
Não identificado (a pedido)	Cláudio	28/09	Sim	25 cm
Duarte Domiciano de Souza	Orizânia	28/09	Sim ⁴⁴	30 cm
Gilson Mateus	Conselheiro Lafaiete	29/09	-	-
Márcia Barbosa Santos	BH	29/09	Sim ⁴⁵	Baixa
Patrícia Pereira da Silva	Contagem	30/09	Sim ⁴⁶	
Sâmia Batista Iglésias	Betim	02/10	Sim ⁴⁷	20 cm
Tarsila Lelis Assis	Timóteo	02/10	Sim ⁴⁸	60 cm
Tathiane Machado	Além Paraíba	06/10	-	Pequena
Geovani Damasceno de Lima	Itabira	09/10	Sim ⁴⁹	Baixa
Stefanie Silva de Camargos	Contagem	13/10	-	Baixa
Giovanna Rodrigues de Assis	BH	13/10	Sim ⁵⁰	
Thiago Fernandes de Almeida	Alfredo Vasconcelos	14/10	Sim ⁵¹	40 cm
Fabício Romeiro de Jesus	BH	14/10	Sim ⁵²	do sofá
Ariana Martins de Almeida	BH	15/10	Sim ⁵³	20 cm
Marília Othero	BH	19/10	Sim ⁵⁴	-

39 - "Entrei em contato diretamente com a Motorola e aleguei todo o meu descontentamento com o produto já que em propagandas e no próprio site da marca eles afirmam que a tela é resistente e com uma das mais altas tecnologias para telas de Smartphone a chamada Corning:registered: Gorilla: registered:Glass" 3" (f. 290).

40 - "Se a motorola preza tanto a segurança do consumidor como o Gorilla Glass 3, coisa que não pode confiar, porque de Gorilla tá mais para mico, pra que enganar o consumidor?" (f. 303).

41 - "Se a motorola preza tanto a segurança do consumidor como o Gorilla Glass 3, coisa que não pode confiar, porque de Gorilla tá mais para mico, pra que enganar o consumidor?".

42 - "A tela do aparelho é super frágil, ao contrário do que é divulgado pela Motorola" (f. 334).

43 - "Este aparelho possui em uma de suas características o gorill glass 3 que dá mais resistência na tela, me senti enganado com a publicidade enganosa que eles me ofereceram na descrição do modelo" (f. 342).

44 - "Nas informações sobre o aparelho, descrevem que tem tecnologia que garante durabilidade e previne riscos, enfim, diz que o aparelho é super resistente". "O fato do aparelho, segundo o fabricante, ser considerado resistente, me levou a comprar o mesmo, não sabendo eu, que estava sendo enganado" (f. 358).

45 - "Coloquei a película de vidro para proteger mesmo a tela do celular sendo Gorilla Glass" (f. 370).

46 - "É importante salientar que o display do aparelho adquirido conta com a tecnologia Gorilla Glass 3, que alega evitar rachar e lascar a tela" (f. 372).

47 - "Querida frisar o Gorilla Glass 3 que a marca usa como um vidro quase inquebrável, assim eles fazem a propaganda do produto" (f. 377).

48 - "Segundo informações da empresa produto tem como característica o display Gorilla Glass 3, que é resistente a impactos de baixa e média intensidade" (f. 380).

49 - "Configuração gorilla glass 3 isso é um vidro mais reforçado resistente a arranhões e quedas" (f. 385).

50 - "A motorola está deixando muito a desejar e prometendo coisas para seus produtos que na realidade não conseguem atender ao prometido" (f. 393).

51 - "Divulgam na descrição do produto dentre outros qualidades que sua tela era extremamente resistente" (f. 400).

52 - "O chamado vidro resistente, não apresentou menor resistência" (f. 404).

53 - "A tela do celular se dizia resistente" (f. 413).

54 - "É importante salientar que o display do aparelho adquirido conta com a tecnologia Gorilla Glass 3, que alega evitar rachar e lascar a tela" (f. 416).

Paula Maria da Costa	Engenheiro Caldas	19/10	-	40 cm
Matheus Martins Oliveira	BH	19/10	Sim ⁵⁵	
Paulo Henrique da Silva Pinto		19/10	Sim ⁵⁶	
Maisa Mota dos Santos	BH	21/10	Sim ⁵⁷	50 cm
Erica Leidiane da Silva	Alto Rio Doce	22/10	Sim ⁵⁸	-
Jéssica Maria Almeida Nunes Oliveira	BH	22/10	Sim ⁵⁹	30 cm
Weder Alves de Miranda	BH	24/10	Sim ⁶⁰	26 cm
Dayane Pimenta Freitas Santos	Cássia	27/10	Não	Pequena
Cláudio Kupidlowsky Fernandes	BH	28/10	Sim ⁶¹	30 cm
Marcos Vinícius Filipe de Oliveira	BH	03/11	Sim ⁶²	-
Léia Santos Neves	BH	03/11	Sim ⁶³	30 cm

Como se pode observar, os consumidores, na sua grande maioria, disseram que os anúncios de venda destacavam a maior resistência do aparelho a quedas e impactos, daí porque estaria menos sujeito a trincas e arranhões, e por isso não entendiam a razão do vidro da tela quebrar ao cair de pequena altura, pelo baixo impacto, e nem o fato da empresa negar o conserto, em garantia, alegando mau uso do produto.

Além dessas reclamações, outras chegaram ao Procon Estadual, no decorrer do feito, totalizando, no momento, 266 (duzentos e sessenta e seis) casos.⁶⁴

⁵⁵ - "Para minha surpresa, o celular que ao adquirir me informaram da resistência de sua tela, detentor do gorila glass 3, mega resistente como disse o vendedor, havia trincado toda sua tela". Vide a propaganda escrita, anexa à reclamação ("tela sempre protegida") - (f. 442).

⁵⁶ - "Uma das características que me chamou a atenção foi o fato de a Motorola utilizar a tela Gorilla Glass, "um vidro inquebrável" (f. 445).

⁵⁷ - "Segundo a Motorola, o celular possui tecnologia de vidro GORILLA GLASS 3, a qual a empresa garante boa resistência do celular" (f. 479).

⁵⁸ - "Pelas características do aparelho a tela teria quer ser mais resistente" (f. 482).

⁵⁹ - "A tela do aparelho é super frágil ao contrário do que é divulgado pela Motorola" (f. 485).

⁶⁰ - "Vem escrito na propaganda do celular sobre o gorila glas de alta resistência" (f. 488).

⁶¹ - "Apesar da divulgada tecnologia que ofereceria maior proteção (Corning Gorilla Glass 3)" (f. 492).

⁶² - "O que me deixa indignado é que um dos argumentos para venda do produto é resistência" (f. 495).

⁶³ - "Comprei pelo designer e pelas características do aparelho que pela Motorola seria resistente" (f. 498).

⁶⁴ - Marcos Vinícius Silva Lopes (f. 593), Gustavo de Abreu Lima (f. 597), Maria Aparecida de Jesus Guedes (f. 600), Éric Jordaim Nepomuceno (f. 602), Lucas Moreira Freire da Silva (f. 604), Aureliano Coelho de Barros (f. 607), Philippe Ferreira Bigarella (f. 610), Yago Lúcio Silva (f. 614), Arlen Matheus de Alencar Souza (f. 617), Lucas Thiago Dias (f. 620), Jander Ferreira Messias (f. 623), Fernanda Araújo de Faria (f. 625), Vinícius Santana Braz (f. 628), Edmar Lima Júnior (f. 631), Lucas Vinícius de Paula Silva (f. 705), Jhonnes Pierre de Carvalho (f. 707), Leandro Rodrigues Pacheco (f. 709), Walisson Mol e Marques (f. 715), Sarah Duarte Matos (f. 721), Victor Ferreira da Costa (f. 724), Flávio da Costa Nunes (f. 726), Pedro Henrique de Oliveira Hansen (f. 728), Giuliana Rodrigues Coutinho (f. 734), Marcos Vinícius Vieira Coelho (f. 736), Nathália Araújo Camargos Hudson Silva (f. 738), Bruno Farhat Fantin (f. 745), Daniel Rodrigues de Souza Lima (f. 796), Gabriel de Souza Ferreira (f. 798), Denise Emídio de Carvalho (f. 800), Sandra Maurício Padilha (f. 806), Patrick Barbosa Gomes (f. 808), André Figueredo Matias (f. 810), Pedro Henrique de Jesus Dias (f. 814), Vanessa Luiza de Carvalho (f. 839), Danielle Magalhães Sá Goulart (f. 841), Thamara Cristina (f. 843 e 877), Marcelo Pessoa de Andrade (f. 846), Antoniel Damiel (f. 849), Aline Cristine Vieira (f. 852), Flávia Sá Bertolacini (f. 861), Pablo Costa Figueiredo (f. 863 e 866), Gustavo Prates Martins (f. 869), Marcel H. N. Pinto (f. 873), Gener Danielo Galvão (f. 875), Lucas Mendes Soares (f. 879), Frederico de Castro Cunha (f. 881), Karina Lima de Oliveira (f. 883), Adriane da Silva Martinho Pinto (f. 886), Luciano Netto Ribeiro (f. 888), Ronildo Rodrigues de Almeida (f. 892), Thayná Cardoso Martins (f. 906), Sheila Pereira Vitor (f. 909), Michel Gomes Florêncio (f. 911), Douglas Mendes (f. 914), Ricardo

O sentimento, portanto, é o de foram enganados pela publicidade do produto, e isso ficou evidenciado, no início do processo, com os seguintes elementos de prova trazidos aos autos:

- i) mensagem do fornecedor, veiculada no prospecto de apresentação do produto, em relação à tecnologia empregada: "Corning® Gorilla® Glass, para manter a tela protegida" (f. 07 e 84/v);
- ii) mensagem do fabricante do celular Moto X, 2ª Geração, que "depois de imprimir, em destaque, na capa do manual do produto, as expressões "seguro",

Augusto Martins Cruz (f. 917), Lucas Costa Martins Vieira (f. 920), Grazielle de Souza Raimundo (f. 923), Bruna de Souza Silva (f. 926), Maria Lúcia Prazeres Campos (f. 928), Bruno Fernandes Teixeira (f. 932), Marcos Oliveira Gomes (f. 936), Marcela Campos Nicácio Nassif Dagher (f. 941), Maria José Reinaldo Cardoso de Sá (f. 944), Lidiane AP Carvalho (f. 947), Luiza de Marillac Costa Menezes (f. 951), Daniele Ferreira da Costa (f. 954), Francisco de Assis Pegoraro (f. 957), Laura Ambrósio Lima (f. 960), Ana Paula dos Santos (f. 963), Normalice Fugimoto Alves (f. 965), Rafael Alves Pinto (f. 968), Dêmis José Marciano (f. 975), Cássia Pereira Marques (f. 977), Wesley Silva Viana (f. 980), Érika Cristina Correa Magalhães (f. 1.098), Ana Paula Lima de Oliveira (f. 1.101), Pedro Henrique Amorim Silva (f. 1.107), Arthur Pena Carvalho (f. 1.112), Aline Soleane Carmo Braga (f. 1.114), Cristiano Henrique Heilbuth (f. 1.117), Vinícius Roberto dos Santos (f. 1.120), Bernardo Caetano Traad da Silva (f. 1.123), Edgar Fagundes Bambirra (f. 1.125), Luana Vanessa Braz Graia (f. 1.128), Edson Barbosa Pinto (f. 1.130), Rafael Mendes Costa (f. 1.132), Davidson Ronaldo Moreira (f. 1.135), Maria da Conceição Renzo (f. 1.137), Dalvan Donizeti Dornelas (f. 1.140), Bruno Fagundes da Silva (f. 1.148), Matheus Vieira (f. 1.150), Rodrigo Moraes (f. 1.151), Altivo Roberto Andrade de Almeida Cunha (f. 1.156), Joquebede Moneteiro de Araújo Costa (f. 1.161), Wesley Rodrigues dos Santos (f. 1.164), João Vitor Silva Queiroz (f. 1.176), Amanda Amaral Santos (f. 1.178), Augusto Moura Carvalho (f. 1.180), Luiz Carlos Pessoa (f. 1.182), Cláudia Dias (f. 1.184), Adriana Dias (f. 1.196), João Vitor de Paula Correa (f. 1.199), Bruno Neves (f. 1.203), Ana Paula do Carmo Faustino Theodoro (f. 1.207), Gustavo Silvestre Coelho de Paula (f. 1.212), Roneis Rodrigues da Silva (f. 1.216), Fabíola Mendonça Cordeiro (f. 1.218), Robert Luiz Hipólito (f. 1.211), Kennedy Junio Dias Balamant Mapa (f. 1.225), Alan Cordeiro Campos de Araújo (f. 1.228), Érick Henrique Campolina da Silva (f. 1.234), Mitchell de Oliveira Campos (f. 1.236), Maria Elisa Rodrigues Camelo (f. 1.239), Thiago Ferrarezi Gomes (f. 1.242), Rodrigo da Silva Lima (f. 1.245), Lucas Gomes Freire (f. 1.252), Rodrigo Ribeiro (f. 1.254), Marcos Henrique da Silva Alves (f. 1.256), Luciana Rezende (f. 1.258), Samuel Silva Lima (f. 1.273), Aline Vilas Boas Inocêncio Olímpio (f. 1.276), Júlia Silva Dimas (f. 1.286), Elieber Mateus dos Santos (f. 1.288), Tiago Felipe do Couto (f. 1.290), Antônio Lucas Celestino da Silva (f. 1.292), Vânia Custódio de Souza (f. 1.296), Adriane da Silva Martino Pinho (f. 1.299), Maurício Alves Martins (f. 1.302), Juliana Ribas de Moura (f. 1.304), Ester Assis D'ávila (f. 1.306), Regiane Oliveira de Moraes Soares (f. 1.308), Letizia Primão Cunha Fonseca (f. 1.310), Paula Gonçalves de Souza (f. 1.314), Ana Márcia Pereira de Almeida Zacarias (f. 1.317), Luciane Rominger de Sousa (f. 1.319), Guilherme Cota Bueno (f. 1.323), Natália Mariane Braz (f. 1.326), Lívia Matilde de Oliveira Sales (f. 1.331), Clara Portella Ferreira (f. 1.337), Érika Francielle Melo de Carvalho (f. 1.339), Divisson Ferreira da Silva (f. 1.342), Rodrigo Augusto Santiago Guimarães (f. 1.344), Lucas Gomes Freire (f. 1.346), Maria Clara de Paula Evangelista (f. 1.348), Walisson Klayton Ferreira de Oliveira (f. 1.350), Marília Gabrielli Pereira de Andrade (f. 1.353), Érika Priscila Costa Lombardi (f. 1.356), Simone Vercosa Morato Bretas (f. 1.357), Maria Cláudia de Freitas Cardoso Azevedo Piassi (f. 1.359), Victor Cabral Rodrigues (f. 1.362), Pedro Vitor Gomes Vieira (f. 1.366), Luciane Andrade Renna Camacho (f. 1.402), Juliano de Oliveira Santos (f. 1.411), Wilderson Braga da Silva (f. 1.431), Gislene da Silva Gomes (f. 1.435), Alexia dos Santos Ribeiro (f. 1.439), Sérgio Martins Vieira (f. 1.446), Sérgio Ricardo dos Santos (f. 1.448), Bernardete Figueiredo Salviano (f. 1.453), Alexandre Mateus Oliveira Abreu (f. 1.456), Rafael de Paula (f. 1.463), Laís Campos de Paiva (f. 1.478), Não identificado (f. 1.480), Jéssica Suelen Sotero (f. 1.484), Lucas Rafael de Oliveira Matos (f. 1.486), Waldecy Thiago Rodrigues Meira (f. 1.488), Ana Luiza Ângelis de Queiroz (f. 1.490), Não identificado (f. 1.492), Mauro Claret Rabelo Adão (f. 1.498), José Gondim de Rezende Júnior (f. 1.500), Caio Gorgulho Campos, Matheus Eduardo da Silva Ramos, Andreza Lúcio Pacheco, Maria Clara de Paula Ferreira Evangelista, Hugo Bar I A Rabelo, Rafaella Pedreira Penha, Breno Costa Dolabela Dias, Ada Mayra Moura Melo Silva, Charles Rodrigues Andrade Filho, Antônio Lucas Celestino da Silva, Cristiano Augusto de Araújo, Não identificado, Não identificado, Não identificado, Não identificado, Não identificado, Camila Naiara Silva, Michael Alves Pereira de Sousa.

“inteligente” e “protegido”, logo abaixo do símbolo Motorola, informa que “o vidro poderá se quebrar se o produto receber um impacto considerável” (f. 07, 45 e 47);

- iii) pesquisa feita por fiscais do Procon Estadual, em seis estabelecimentos comerciais, constatando, segundo os vendedores, que a tela do aparelho era resistente a “pequenas quedas”⁶⁵ e “a arranhões”,⁶⁶ comparada a outras existentes no mercado, mas que não era “inquebrável”⁶⁷ (f. 07 e 70/88).

Manter a tela protegida de quê ? De um impacto considerável ? De pequenas quedas ? O que significam ?

Percebe-se, assim, que as expressões “tela protegida” e “impacto considerável”, utilizadas pela Motorola, ou “pequenas quedas”, nas palavras dos vendedores, sinalizam para uma maior resistência da tela do produto em relação aos outros celulares existentes no mercado.

Importante salientar, a esse respeito, que o celular, sendo um bem de uso permanente, convive com o risco de cair e de quebrar o vidro da tela, parte frágil do produto e mais exposta a impactos. Assim, ao adotar a tela “Gorilla Glass 3”, cuja proteção anunciada indica ser a mais resistente do mercado, o fornecedor criou a legítima expectativa de que ela não quebraria com acidentes cotidianos, especialmente os de baixo impacto.

Isso explica o “porquê” de as reclamações dos usuários do produto serem tão precisas, em relação à altura da queda acidental do produto, para justificar a fragilidade do vidro da tela, ao contrário do que foi anunciado.

⁶⁵ - “Como vantagem o aparelho possui (...) tela mais resistente a pequenas quedas e a riscos. O atendente não soube especificar exatamente o que seria uma “pequena queda”, no entanto, informou que o mesmo não é inquebrável. A tecnologia Gorilla Glass, em relação à sua resistência, seria resistente a riscos, e em menor grau a pequenas quedas” (**Ponto Frio**). “A tecnologia “Gorilla Glass 3” não torna o aparelho inquebrável, mas com certeza resistente à arranhões e também mais resistente à pequenas quedas se comparado a celulares que não possuem a referida tecnologia” (**Oi**).

⁶⁶ - “Em relação à tela a vantagem é ser resistente a riscos e arranhões, sendo este o diferencial do Gorilla Glass 3, não sendo resistente a qualquer tipo de queda, portanto é resistente a arranhões do tipo chave, unha, mas não cimento, por exemplo, estruturas ásperas” (**Lojas Americanas**). “Em relação à tela, por possuir a tecnologia Gorilla Glass 3 ele possui uma resistência maior à arranhões, bem como pedra, areia e dependendo da altura da queda, ele poderá trincar mas não chega a estourar, não sendo de forma alguma inquebrável” (**Vivo**).

⁶⁷ - “Em relação à tela (display do aparelho), o vendedor informa ser mais resistente a riscos que os displays comuns, e que, neste aparelho, está o principal diferencial. (...) Questionado, ainda, sobre se a tecnologia “Gorilla Glass 3” poderá ser mais resistente a quedas, o vendedor informou que a tela do aparelho em questão poderá ser mais resistente, mas não era, de forma alguma inquebrável” (**Tim**). “A tela Gorilla Glass 3 é mais resistente a riscos, porém não a torna inquebrável, fato que a própria vendedora afirmou possuir um aparelho com tela equipada com a tecnologia, trincada” (**Ricardo Eletro**).



Ou seja: a omissão do fornecedor, ao não esclarecer o nível de “proteção da tela” obtida com a tecnologia Gorilla Glass 3 ou o que seria um “impacto considerável”, capaz de quebrar o seu vidro, sendo, esses dados, essenciais aos anúncios, gerou propaganda enganosa por omissão, assim prevista no código do consumidor:

“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” (Lei nº 8.078/90, art. 37).

Esclarecendo a questão, ANTÔNIO HERMAN DE VASCONCELOS E BENJAMIN assinala:

“A publicidade pode ser enganosa tanto pelo que diz como pelo que não diz. Enquanto na publicidade enganosa comissiva qualquer dado do produto ou serviço presta-se para induzir o consumidor em erro, na publicidade enganosa por omissão só a ausência de dados essenciais é reprimida. (...) O código nutre pela publicidade enganosa por omissão a mesma antipatia que manifesta pela publicidade enganosa comissiva. A enganosidade por omissão consiste na preterição de qualificações necessárias a uma afirmação, na preterição de fatos materiais ou na informação inadequada. (...) Três famílias principais de dados, sem exclusão de outras, estão normalmente associadas com a publicidade enganosa por omissão: adequação (inexistência de vício de qualidade por inadequação), preço e **segurança** (grifei)”.⁶⁸

A prova de que o segundo termo é de difícil compreensão e não

⁶⁸ - Manual de Direito do Consumidor, pág. 207. Antônio Herman V. Benjamin, Cláudia Lima Marques e Leonardo Roscoe Bessa. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008, 411 páginas.

deveria ter sido empregado pelo fornecedor, no manual do produto, é que, em audiência pública, nenhum preposto da empresa se arriscou a explicar o que seria "impacto considerável", como o Engenheiro José Henrique Soares, por exemplo, ao responder:

"Então, eu precisaria realmente voltar para dentro da empresa para trazer as informações embasadas de quais foram os ensaios, quais foram os ensaios realizados, quais que são as tolerâncias à força, a impacto, tipo de material que cada... quando a gente fala de impacto e de ensaios, você tem uma grande gama de materiais diferentes que podem entrar em contato. Tudo isso varia, você não pode dizer: ah, são tantos newtons de força que são aplicados e que vão quebrar o material. Tem uma série de outras variáveis que influenciam na maneira como são feitos esses ensaios e que não é um valor absoluto, não é um número que a gente possa dizer agora. Então, eu teria que realmente voltar, pegar quais foram esses ensaios, quais são essas estruturas para poder apresentar para vocês" (f. 1.015).

Entretanto, na hora de vender o produto, é muito fácil destacar as suas vantagens, com treinamentos e testes, para convencer os consumidores a adquiri-lo.

Para ilustrar essa afirmação, basta citar o depoimento de SÂMIA IGLESIAS, que, de vendedora, a consumidora, ficou indignada com os fatos ocorridos e com a atitude da empresa:

"O meu nome é Sâmia(F). Eu moro em Betim. Comprei o meu aparelho na loja da Tim, onde eu trabalhava. Eu trabalhava em operadora, na loja da Tim no Shopping Itaú. **Participei do treinamento da Motorola (grifei)**. Era um produto que eu também vendia, eu falava dele. Me interessei pelo produto, dentre outros era o que mais chamava a atenção. Comprei o Moto X 2ª Geração.

Com dois meses de uso, o meu telefone caiu do sofá no chão, no tapete e quebrou a tela. Ele quebrou a tela pouca coisa. Só que de dia a dia ele está rachando mais. A tela está abrindo mais. Ele não para de quebrar. (...) Na época que quebrou, eu fui no promotor que trabalha no Shopping Itaú mesmo, que era quem tinha me dado o



treinamento. Mostrei a ele, e falei o que tinha acontecido, porque eu também tinha participado do treinamento e estava indignada porque era uma coisa que eu tinha participado... eu não sou só um cliente. Eu não era um cliente comum. É uma coisa que eu também... apresento para os clientes, a minha palavra que eu estou dando porque... (...)

SR. AMAURI ARTIMOS DA MATTA: O que é que o treinamento falava em relação à questão... (...)

"O treinamento mostra ele resistente a martelo, a chave, a quedas altas no treinamento. Os vídeos são mostrados. A água, que eu também já fiquei sabendo que ele não é resistente à água tanto quanto prometem. Comigo nunca aconteceu que eu nunca coloquei ele à prova. (...)

E eu fiquei indignada. Ele mesmo também ficou. Até então, ele não tinha... era um produto que ele também apresenta e ele não tinha visto nenhuma coisa parecida de queda. Aí eu e ele, ele perto de mim, ele ligou para a Motorola e eles falaram que simplesmente queda de tela é mau uso. Foi um mau uso da cliente. Aí ele virou para mim e falou: procura o Procon então. (...)

A tela é resistente. Eles prometem resistência. O Gorilla Glass III é o mais resistente do mercado. E prometem que tem essa tela que é a mais resistente à água, à martelo, chaves dentro de bolso, coisa com outro telefone, contato com outro telefone. No vídeo realmente não acontece nada com os telefones. (...)

Em português. (...)

É uma Van da Motorola (grifei) que vai nos shoppings e fica no estacionamento, todos os vendedores vão para lá e participam desse treinamento, assistem tudo dentro dessa Van" (f. 988/990).

Ou, ainda, os relatos de MARCUS VINÍCIUS FELIPE DE OLIVEIRA, JOÃO PAULO e GUSTAVO HENRIQUE ARAÚJO SANTOS:

"Boa tarde. O meu nome é Marcus(F) Vinícius Felipe de





Oliveira. Eu resido aqui em Belo Horizonte. O modelo do meu aparelho é o Moto X Play, última geração, né? Eu comprei ele por um valor de R\$ 1.400,00 no site do Ponto Frio, mas a minha decisão de compra do aparelho, eu fui para o mercado pesquisar um aparelho que me atenderia em alguns quesitos, eu precisaria de um aparelho com dual chip, que tivesse um bom desempenho e a tecnologia 4G, e esse era o motivo da minha pesquisa. Cheguei até ao vendedor na loja do BH Shopping, da Tim, eles me ofertaram esse aparelho com o diferencial da alta resistência da tela, não me convenceu de imediato.

Então, eu fui para a minha residência, fiz a pesquisa, fiz um comparativo sobre os aparelhos e pesquisei sobre essa tecnologia corning Gorilla Glass III. **No próprio site do fornecedor da marca, né, do Gorilla Glass, tem um vídeo (grifei), o vídeo é em inglês, de pessoal dando martelada no aparelho, jogando o aparelho do alto. Aí tem uma moça andando com o aparelho, o aparelho caiu no chão, ela pega e olha, sorri, que não aconteceu nada (grifei).** Tem uma máquina que ela desce um negócio em cima da tela e não acontece nada. Então, eu realmente fui pesquisar. Porque eu não... eu sou um pouco desconfiado com esse tipo de venda. Então, eu fui pesquisar mesmo sobre a tecnologia. Então, foi quando eu entrei na internet e fiz essa consulta e me deparei com esses vídeos. Então, me decidi comprar o aparelho mesmo, porque ele me atendia em todos os outros quesitos, além da alta resistência da tela.

Estava no trânsito, no anel rodoviário, aconteceu um engavetamento, eu parei rapidamente com o carro e ele estava em cima do banco e ele deslizou pelo banco com a força da freada. Ele bateu no fundo do carro, eu não sei se foi aonde fica o extintor de incêndio, quando eu peguei o celular, ele estava com a tela trincada. Desde então, a minha iniciativa foi: eu liguei para a Motorola, expliquei o que é que tinha acontecido, o atendente de cara já me... tem um atendimento exclusivo para clientes Moto X. Já de cara já me falou que isso acarretava em perda de garantia" (f. 999).

"Boa tarde. O meu nome é João Paulo. Também sou



(Handwritten signature)

residente em Belo Horizonte. E eu fiz a compra do Moto X 2ª Geração por R\$ 1.505,00, na Magazine Luiza. A primeira coisa, antes de comprar o telefone, foi pesquisar a qualidade, porque eu necessitava muito de um telefone de qualidade. E ele realmente, ele cumpre o que ele... a sua propaganda, a não ser a tela. Porque tem vídeos, existem... vídeos no Youtube, comparando ele com iPhone, S5, e ele sempre estava entre os que venciam, né, que era resistente. Essa questão do bate o martelo, caindo de alturas muito altas e tal. (...)

Aí eu fui levar... fui comprar, estava a caminho, para comprar a película de vidro e a capinha. Na verdade, a capinha eu já tinha. O meu telefone caiu, eu entrei no carro, quando me abaixei no carro, o telefone tocou, escorregou e caiu de uma altura de 12 centímetros. Eu medi, eram 12 centímetros a distância do banco até a parte do chão do carro. Entre 12 e 11 centímetros a altura. A tela trincou. E ao passar do tempo a tela foi trincando mais e mais.

Eu fui, entrei em contato novamente com a WB, falaram: você já perdeu a garantia. (...)

E com o Moto X eu estou tendo essa surpresa, porque eu acreditava numa tela resistente. **Quando eu fui ao shopping, no Minas Shopping, que lá é representante da Motorola, a primeira coisa que ela faz é pegar uma chave e raspar assim na tela e não acontecia nada. Ela vem, pega o telefone e joga, nada** (grifei). Então, te surpreende por ser um telefone com um custo assim, por exemplo, na faixa de R\$ 1.000,00, R\$ 1.400,00, que te promete uma tela incrível e outras questões incríveis que aí você acha o telefone perfeito. E tive essa surpresa logo depois da minha compra" (f. 1.001/1.002).

"Boa tarde. O meu nome é Gustavo Henrique Araújo Santos. Eu sou de Belo Horizonte. Eu comprei o celular Moto X 2ª Geração XT 1097 na loja da Claro na Afonso Pena. Eu fui pela publicidade, pelo marketing que foi exposto do celular. Pelas propagandas de TV, pela internet, por amigos que me indicaram. **E acabou que eu fui na loja e aconteceu isso que alguns relataram, de**

(Handwritten mark)

passar a chave, de ele cair e, nisso, pelos outros celulares, esse estava mais de acordo comigo pelo preço e o desempenho, a câmera, a tela (grifei). Eu comprei o aparelho. E isso foi em novembro de 2014. Aí agora, em agosto mais ou menos, eu estava mexendo com o celular no sofá, ele caiu no chão. E nisso eu pensei: ah, só vou pegar ele e vou continuar usando. Mas quando eu peguei ele, ele, o vidro estilhaçou e afetou o touch screen e o led dele. E nisso apagou. Aí o que é que eu fiz? A minha primeira opção foi ir lá na internet ver o que estava acontecendo, se era só comigo ou o que tinha acontecido. Aí eu olhei num fórum, onde que eu vi que muitos estavam relatando que o celular não era resistente mesmo. E que muitos conseguiram através do Procon. Só pelo Procon para conseguir uma assistência, em alguns casos eles deram até o melhor modelo da Motorola, que era o moto Max última geração. Aí com isso eu pensei. Se no Procon do Rio de Janeiro, de São Paulo, eles estão resolvendo, por que é que aqui em Minas Gerais eles não vão resolver? Aí acabou que eu entrei com uma ação no Ministério Público online aqui em Minas Gerais e fiquei aguardando um tempo" (f. 1.005/1006).

A reportagem da Revista Exame, citada na peça vestibular, reforça a versão dos consumidores,

ao noticiar os testes realizados pelo fabricante da Tela Gorilla Glass 3, nos dias 07 a 11/01/03, na "Consumer Electronics Show" (CES), realizada em São Paulo, que é a principal feira do setor no continente americano, em que derrubou uma "bolinha de metal com 130 gramas de peso", e o "fato impressionante" de o display não apresentar "nenhum tipo de risco ou rachadura", além de demonstrar, por vídeo exibido no local, a força do vidro "ao resistir a uma pressão de 45 quilos sem sofrer nenhum dano aparente" (f. 06 e 34/35).

Mas não é só. No curso do procedimento, outros anúncios vieram aos autos, trazidos pela empresa, reforçando a ocorrência de publicidade enganosa veiculada na oferta do celular Moto X, 2ª Geração, agora por meio de comércio eletrônico, como pode ser visto abaixo:

"Ainda conta com a tecnologia Gorilla Glass que garante



durabilidade e previne de riscos" (submarino.com, f. 561);

"O vidro Gorilla® Glass deixa a tela mais resistente a riscos" (walmart.com, f. 563);

"Ainda conta com a tecnologia Gorilla Glass que garante durabilidade e previne de riscos" (americanas.com, f. 561).

Isso porque o termo usado nos anúncios publicitários ("riscos") não é preciso e gera duplo sentido. Pode significar a proteção da tela contra "riscos" decorrentes do uso do aparelho celular, como quedas e impactos, ou "arranhões". Se o maior risco, nos casos de queda do celular, são as "trincas" e não os "arranhões", era razoável esperar que a atenção do consumidor, na hora da compra, despertasse para o sentido mais benéfico do termo "riscos" e não o inverso.

É o que mostra o festejado ANTÔNIO HERMAN DE VASCONCELOS E BENJAMIN:

"Se um anúncio tem mais de um sentido, basta que um deles seja enganoso (mesmo que os outros não o sejam) para que a mensagem, como um todo, passe a ser considerada enganosa.

Uma única frase pode, realmente, passar, ao mesmo tempo, uma (ou diversas) informação verdadeira e outra (ou diversas) informação enganosa. São as mensagens com sentidos múltiplos. Se um anúncio permite mais de uma interpretação e uma destas é falsa ou capaz de induzir em erro uma porção apreciável da audiência, estamos, então, diante de uma publicidade enganosa.

Ou seja, se a mensagem é ambígua, há enganabilidade se um dos seus sentidos é falso e o outro absolutamente verdadeiro".⁶⁹

Nesse sentido, para evitar que os anúncios usados na distribuição do produto, continuassem a gerar, na mente dos consumidores, a falsa idéia de uma proteção mais ampla, pela omissão do seu real significado, ou um duplo sentido da expressão "riscos", determinei, em sede cautelar, no dia

⁶⁹ - Manual de Direito do Consumidor, pág. 206. Antônio Herman V. Benjamin, Cláudia Lima Marques e Leonardo Roscoe Bessa. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008, 411 páginas.



1º/12/15, que a empresa distribuidora do Moto X, 2ª Geração, alterasse os anúncios do seu produto, da seguinte forma:

“i) fôlder: ao invés de dizer “Corning Gorilla Glass para manter a tela protegida”, deve dizer **“Corning Gorilla Glass para manter a tela protegida contra arranhões”** (f. 84); ii) internet: ao se referirem à tecnologia (ou ao vidro) Gorilla Glass, devem dizer que **“protege ou mantém a tela protegida contra arranhões”**, não usando mais a expressão **“riscos”** (f. 561, 565 e 567); iii) outras espécies: utilizar o mesmo critério para informar” (f. 590/591).

O fornecedor, embora discordando dos fundamentos da segunda decisão cautelar, comunicou ter realizado as mudanças previstas, sendo, a sua petição, datada e protocolada em 14/12/15 (f. 788).

Contudo, ainda no decorrer do processo administrativo, anúncios com duplo sentido foram encontrados na internet:

“Isso quer dizer mais proteção contra riscos e arranhões (submarino.com, 11/12/15 – f. 753 e 756);

“O vidro Gorilla® Glass deixa a tela mais resistente a riscos” (walmart.com, 11 e 17/12/15 – f. 762);

“Isso quer dizer mais proteção contra riscos e arranhões (americanas.com, 11/12/15 – f. 777 e 779);

“Ainda conta com a tecnologia Gorilla Glass que garante durabilidade e previne de riscos” (pontofrio.com, 02/02/16 – f. 1026);

“Ainda conta com a tecnologia Gorilla Glass que garante durabilidade e previne de riscos” (casasbahia.com, 02/02/16 – f. 1030);

“Possui a tecnologia Corning Gorilla Glass, o que a torna mais resistente a riscos” (magazineluiza.com, 1º/02/16 – f. 1035);

“Com Corning® Gorilla® Glass 3, que permite maior proteção contra riscos e arranhões” (fnac.com, 1º/02/16 –

1870
②

f. 1060);

“Além disso ela (a tela) ainda é resistente a riscos e pingos de chuva” (saraiva.com, 1º/02/16 – f. 1064);

Um deles chamou a atenção pela alta carga de enganosidade:

“O vidro Gorilla® Glass deixa a tela **extremamente resistente a danos**” (walmart.com, 17/12/15, f. 827).

Por tudo o que foi exposto, refuto os argumentos do fornecedor, contidos em sua defesa, e reiterados em alegações finais,⁷⁰ pelos seguintes motivos: i) o apelo comercial criado em torno da tela Gorilla Glass, nos meios utilizados para a promoção do produto, induziu os consumidores a pensar que o vidro do celular seria mais resistente a quedas e impactos, se comparados aos outros existentes no mercado (“b”, “c”, “d” e “e”); ii) antes de informar que a tela do produto poderia se quebrar, o manual do produto deu destaque à sua segurança e ao fato de que isso ocorreria se o celular sofresse um “impacto considerável” (“a”); iii) o fato de a tela do celular não ser inquebrável não impede a ocorrência de propaganda enganosa por uma suposta maior resistência a quedas e impactos (“f” e “g”); iv) as reclamações e depoimentos dos consumidores mostram que os testes e vídeos sobre o produto destacam a sua maior resistência a quedas e impactos (“h”); v) de acordo com o código do consumidor, cabe ao fornecedor, e não aos procons, comprovar que o produto tem as qualidades anunciadas, o que, como visto, não ocorreu nos autos (“i”).⁷¹

Os fatos demonstrados apontam para a existência de um vício do produto, por não atender às finalidades a que se destina, pela fragilidade do vidro de sua tela, se comparado aos demais celulares vendidos no mercado ou, ainda, por não ser tão resistente à quedas e impactos, como prometido nos anúncios publicitários.⁷² Revelam um vício por inadequação do produto, na dicção do código do consumidor.

Como leciona o Mestre e Professor LEONARDO ROSCOE BESSA,

⁷⁰ - f. 515/531 e 1.262/ 1.267.

⁷¹ - “O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar: I - que não colocou o produto no mercado; II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste; III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro” (CDC, art. 12, § 3º). “O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina” (CDC, art. 38).

⁷² - “São impróprios ao uso e consumo: (...) II - (...) 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” (CDC, art. 18, § 6º).

“A leitura do art. 18 indica claramente a existência de três espécies de vícios: 1) vício que torne o produto impróprio ao consumo; 2) vício que lhe diminua o valor; 3) vício decorrente da disparidade das características dos produtos com aquelas veiculadas na oferta e publicidade.

A novidade fica por conta do vício decorrente da disparidade das características com a oferta, vez que, historicamente, a responsabilidade por vício sempre esteve relacionada à funcionalidade do bem ou diminuição do seu valor”.⁷³

E nos termos da lei consumerista, tem-se que

“Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado” (CDC, art. 31).

Disso resulta o dever do fornecedor de garantir a qualidade de seus produtos, realizando o conserto do defeito, por sua assistência técnica, ou por prestação alternativa, a critério do consumidor, se o vício não for sanado no prazo de trinta dias,⁷⁴ não podendo fugir dessa obrigação, se a reclamação for tempestiva,⁷⁵ pois os direitos dos consumidores são de ordem pública.⁷⁶

⁷³ - Manual de Direito do Consumidor, pág. 146. Antônio Herman V. Benjamin, Cláudia Lima Marques e Leonardo Roscoe Bessa. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008, 411 páginas.

⁷⁴ - “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,⁷⁴ 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” (CDC, art. 18). O mesmo se aplica aos serviços: “O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha: I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível; II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; III - o abatimento proporcional do preço” (CDC, art. 20).

⁷⁵ - Se o vício do produto ou serviço for aparente ou de fácil constatação, o direito de reclamar o conserto caduca em trinta (bem não durável) ou noventa dias (bem durável), a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços, ou, em se tratando de um vício oculto, a partir do momento em que o defeito ficar evidenciado (CDC, art. 26, I e II, § 3º).

⁷⁶ - “A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso, vedada a exoneração contratual do fornecedor” (CDC, art. 24). “É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores. § 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas



No decreto que regulamentou o código do consumidor, a infração a essas obrigações, vem descrita da seguinte forma:

“Serão consideradas, ainda, práticas infrativas, na forma dos dispositivos da Lei nº 8.078, de 1990:

IV - deixar de reparar os danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projetos, fabricação, construção, montagem, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos ou serviços, ou por informações insuficientes ou inadequadas sobre a sua utilização e risco;

XXIV - deixar de trocar o produto impróprio, inadequado, ou de valor diminuído, por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso, ou de restituir imediatamente a quantia paga, devidamente corrigida, ou fazer abatimento proporcional do preço, a critério do consumidor” (Decreto nº 2.181/97, art. 13).

Sucedeu, no entanto, que alguns dos consumidores reclamantes, em pesquisa na internet, souberam que a solução do caso estava em reclamar nos procons, pois aí a empresa consertaria ou substituiria o produto, por um novo, em garantia, sem qualquer ônus para o consumidor.

Vejamos alguns depoimentos:

“Pessoal consegui trocar meu moto X2 trincado por um novo ! A própria motorola trocou após o procon notificá-los” (de Kleyton; anexado à reclamação de Lusciene Pereira de Souza) - (f. 109).

“Kleyton N muito obrigado pela ajuda. Vi o post que era necessário entrar com um processo no procon online e o fiz em 13/08/2015, recebi uma ligação do Customer Care da Motorola em 20/08/2015, me informando que me enviaria um Moto Maxx sem custo nenhum e para minha surpresa, ontem, 27/08/2015 recebi o aparelho. A Motorola deve ter

seções anteriores. § 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação” (CDC, art. 25). “São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis” (CDC, art. 51).

④

ciente do problema com a tela do Moto X 2ª geração, lembrando que meu aparelho caiu do meu bolso de uma altura de no máximo 30 centímetros e estilhaçou completamente o canto inferior direito. Recomendo a todos que tiverem problemas com este aparelho que procedam dessa forma. Obrigado” (de Fernando Fonseca; trazido na reclamação de Michael Silva Santos) - (f. 223);

“E em fim, o celular chegou hoje !! Estou mega feliz ! Recebi inúmeros e-mails pedindo auxílio quanto ao processo do PROCON, espero que eu possa ter ajudado alguém ! Não desistam do processo contra a Motorola, ela fez a troca do meu aparelho sem questionar nada depois que ela foi notificada pelo PROCON-SP. Boa Sorte a todos ! (de Sandra Penetta; idem) - (f. 223);

“Gostaria de agradecer Sandra Penetta e @kleyton N, Pela dica. Meu moto x 2 com 7 mês de uso também caiu de uma altura pequena e trincou na lateral. Seguindo as orientações de vcs eu abri uma reclamação no Procon online da minha cidade no dia 16/08 e no dia 18/08 a Motorola entrou em contato comigo para reparo do aparelho completo, tudo por conta deles. Me surpreendeu pois foi rápido e fácil. Mas se eles estão se propondo a fazer o reparo do aparelho é por que com certeza sabem da sua fragilidade. Caso alguém precise de ajuda é só falar.. micheldesouza22@hotmail.com” (de Michel; idem) - (f. 223);

“Eu também gostaria de agradecer ao @kleyton N. Pela dica. Meu moto x 2 com menos de 1 mês de uso também caiu de uma altura pequena e trincou na lateral. Seguindo as orientações do Kleyton eu abri uma reclamação no Procon online da minha cidade e em poucos dias a Motorola entrou em contato comigo para troca do aparelho. Me surpreendeu pois foi rápido e fácil. Mas se eles estão se propondo a trocar o aparelho é por que com certeza sabem da sua fragilidade. De qualquer forma estou muito feliz e agora vou redobrar o cuidado” (de Társila Nunes; idem) - (f. 223);

“Obrigado pela dica @Kleyton N. Realmente acionar o Procon (RJ) funcionou na hora. Dez dias após postar uma reclamação no site, a Motorola entrou em contato comigo me propondo a reposição por um novo aparelho incluindo uma

HU



nova nota fiscal com mais 1 ano de garantia. A única coisa que eles exigem é que eu apresente a NF que deve conter obrigatoriamente o nr. de série do mesmo. No meu caso, a nota fiscal (Danfe) das lojas americanas estava ok ! Só para constar, meu celular também ficou com a tela espatifada após cair de uma pequena altura. Já tive vários celulares que caíram no chão, inclusive de alturas maiores, e nada de grave ocorreu. Enfim, fiquei surpreso pela fragilidade da tela do Moto X 2. Foi o que eu aleguei na minha reclamação no Procon. Aliás eu nem exigi a troca por um novo aparelho, e, sim, a cobrança de um preço justo pelo conserto da tela, já que a autorizada estava cobrando absurdos R\$ 749,00 pelo reparo !" (de Marcelo V; idem) - (f. 223);

"Pessoal, a Motorola me ligou hoje oferecendo um Moto Maxx com 01 ano de garantia. Vou postar ainda hoje o Moto X e aguardar a chegada do aparelho novo. Quero agradecer a todos que me ajudaram a conseguir que o Procon notificasse a Motorola, em especial a Sandra Penetta, que me deu muito apoio ! Obrigada, gente ! E boa sorte a todos que estão na espera ainda ! Vamos insistir com os Procons ! Se alguém precisar de ajuda, pode me enviar e-mail. Beijinhos, gente !" (de Daniella Pontes; relato anexado à reclamação de Michael Silva Santos) - (f. 223);

"Também queria agradecer, essa semana a motorola entrou em contato e já enviei meu celular, to esperando o novo chegar graça a iniciativa e dicas do @kleyton N. Muito obrigada. Deus e maravilhos" (de Ludmila Lisboa; caso trazido na reclamação de Michael Silva Santos) - (f. 223);

"Querida agradecer .. tbm consegui .. motorola entrou em contato comigo hj solicitando a nf para q possa abrir a ocorrência e me passar endereço para envio do cel. Em especial agradeço a Sandra que me ajudou pra caramba c dicas ... estou a disposição para ajudar tbm. Bjos" (de Cintia Faraco; relato trazido por Michael Silva Santos) - (f. 223);

"Pessoal, a Motorola me ligou ontem após uma semana da reclamação que fiz no procon e me deram um número de ordem de serviço para eu levar para autorizada onde fiz orçamento para fazer o reparo. Se tiverem dúvidas a Sandra Penetta está divulgando o caminho correto e como vc's



devem relatar a reclamação” (de Denis Wilson; anexado à reclamação de Luiz Gustavo dos Santos Ferreira) - (f. 223);

“Quero agradecer ao @kleyton por toda orientação que me passou. Recebi o novo aparelho ontem, e para minha surpresa a troca foi feita muito rápido e o melhor, o aparelho que me mandaram, foi o moto maxx, pois não fabricam mais o moto x !! Logo após a reclamação no Procon a motorola me ligou e todo o procedimento para troca durou pouco mais de uma semana !!” (de Rafael; incluído na reclamação de Luiz Gustavo dos Santos Ferreira) - (f. 223).

Essa política da empresa, de só satisfazer o pleito do consumidor depois que a reclamação é feita no procon, ao contrário do que pode parecer, não é legal, pois nega atendimento às demandas dos consumidores, quando dirigidas aos seus canais de atendimento ou à sua assistência técnica, e serve de estratégia para o fornecedor limitar as suas responsabilidades, em relação ao dever de assistência técnica, o que, pela lei consumerista, não é possível, por ser norma de ordem pública.⁷⁷

Aqui reside a segunda infração praticada pela Motorola, embora queira negá-la. Se quisesse fidelizar os seus clientes, não deixaria de atender aqueles que lhe procuram, diretamente (“j”).

A terceira irregularidade será comentada a seguir.

Quem lida com a defesa do consumidor bem sabe – e as empresas também – que os deveres do fabricante, no âmbito das relações de consumo, não se esgotam com a venda do produto, mas se estendem até o dia em que o bem puder ser útil ao adquirente. Prova disso é que, “cessadas a produção ou importação”, os fabricantes e importadores “deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição” por “período razoável de tempo”, ou

⁷⁷ - “A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso, vedada a exoneração contratual do fornecedor” (CDC, art. 24). “É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores. § 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores. § 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação” (CDC, art. 25). “São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: I - impossibilitem, exonarem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis” (CDC, art. 51).

seja, no prazo de vida útil do produto.⁷⁸ Em geral, as relações de consumo são divididas em quatro etapas: oferta, contratação, execução e assistência, sendo as duas últimas inerentes ao "pós-venda".

Assim, se durante o prazo de garantia, legal ou contratual, surgir um vício do produto, por inadequação, que o torne imprestável, o fabricante, ao ser procurado pelo consumidor, deverá consertá-lo, garantindo, assim, a sua utilização. No entanto, se a repercussão do vício for coletiva, por afetar diversos usuários do produto, ligados pela origem comum do defeito,⁷⁹ e isso for constatado pela empresa, nos seus canais de relacionamento (SAC, rede de assistência técnica, redes sociais), ou de terceiros (procons, sites de reclamações), o que ocorre no caso, deve compartilhar a informação com os adquirentes do bem, para que procurem a assistência técnica da empresa, e, ali, possam sanar o vício do produto, em garantia.

Nesse caso, a conduta do fornecedor significa a aplicação, pura e simples, do princípio da boa-fé objetiva, nas suas três dimensões: proteção, cooperação e informação.

Seguindo a doutrina de CRISTIANO CHAVE DE FARIAS e NELSON ROSENVALD, esposada em belíssima obra,

- "a) os deveres de proteção foram sugeridos por HEINRICH STOLL - em obra de 1932 - como forma didática de contraposição aos demais deveres de conduta". Os deveres de proteção pretendem proteger a contraparte dos riscos de danos à sua pessoa e ao seu patrimônio, na constância da relação complexa. (...)
- b) os deveres de cooperação impõem às partes a abstenção sobre qualquer conduta capaz de falsear o objetivo do negócio ou desequilibrar o jogo das prestações por elas

⁷⁸ - "Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto. Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei" (CDC, art. 32). "Serão consideradas, ainda, práticas infrativas, na forma dos dispositivos da Lei nº 8.078, de 1990: XXI - deixar de assegurar a oferta de componentes e peças de reposição, enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto, e, caso cessadas, de manter a oferta de componentes e peças de reposição por período razoável de tempo, nunca inferior à vida útil do produto ou serviço" (Decreto nº 2.181/97, art. 13, XXI).

⁷⁹ - "A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base; III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum" (CDC, art. 81, PU).

consignado. Agir com deslealdade implica atingir a dignidade do outro contratante. (...)

c) o dever de esclarecer, ou informar, é correlato à relação obrigacional desde a sua origem até o seu ocaso, envolvendo as conversações preliminares e a fase pós-contratual. Ele nasce de uma necessidade: há um déficit de informações – uma pessoa possui uma informação e a outra dela necessita. Normalmente quem oferta é quem tem o ônus de informar, porque é quem pode transmitir uma informação que já possui. Com CLÁUDIA LIMA MARQUES, dever de informação “é comunicar, compartilhar o que se sabe de boa-fé, é cooperar com o outro, é tornar “comum” o que era sabido apenas por um”.⁸⁰

Ou, ainda:

“Com supedâneo na abstração e na generalidade do princípio da boa-fé, alarga-se o conceito de inadimplemento. **Adimplir significará atender a todos os interesses envolvidos na obrigação, abarcando tanto os deveres ligados à prestação propriamente dita como aqueles relacionados à proteção dos contratantes em todo o desenvolvimento do processo obrigacional (grifei).** O descumprimento dos deveres anexos provocará inadimplemento, com o nascimento da pretensão reparatória ou do direito potestativo à resolução do vínculo.

A lesão aos deveres genéricos de proteção, informação e cooperação repercute na chamada violação positiva do contrato. Cuida-se de uma terceira modalidade de inadimplemento das obrigações. MENEZES CORDEIRO explica que a expressão “perturbação das prestações” é uma fórmula doutrinária conhecida pelos obrigacionistas, em que ficariam abrangidas as hipóteses de incumprimento definitivo, mora e cumprimento defeituoso. Trata-se de espaço cômodo para abranger diversas eventualidades que impliquem a falta (no todo ou em parte) de cumprimento. Nota-se que a noção de obrigação se amplia. O seu conteúdo é reconduzido a deveres que serão determinados na concretude de cada situação. Enquanto o inadimplemento

⁸⁰ - Curso de direito civil, 4º volume, contratos, págs. 155 e 157. São Paulo: Editora Atlas, 5ª edição, 2015, 1.055 páginas.

absoluto e a mora concernem ao cumprimento do dever de prestação, a violação positiva do contrato aplica-se a uma série de situações práticas de inadimplemento que não se relacionam com a obrigação principal - , mais precisamente, o inadimplemento derivado da inobservância dos deveres laterais ou anexos”.

E, assim, arrematam:

“a correta hermenêutica da função integrativa da boa-fé objetiva remete à aceitação da violação positiva do contrato pela janela da cláusula geral do art. 422 do Código Civil. Com tal propósito, editou-se o Enunciado 24 do Conselho de Justiça Federal: “em virtude do princípio da boa-fé, positivado no art. 422 do novo Código Civil, a violação dos deveres anexos constitui espécie de inadimplemento, independentemente de culpa”.⁸¹

Nesse sentido, a lição do Mestre e Procurador de Justiça do Estado de São Paulo MARCO ANTÔNIO ZANELLATO:

“Além deles, a doutrina faz referência a outros, como os deveres de lealdade, esclarecimento e informação (que deve ser eficiente, isto é, verdadeira, clara, compreensível, simples, com todos os elementos necessários à tomada de uma decisão de negociação válida), os quais estão presentes, sobretudo, na fase pré-contratual ou de formação do contrato (deveres *in contrahendo*). **São exemplos desses últimos deveres anexos: o dever do vendedor de mostrar os vícios do produto que conhece, o dever de o fornecedor não induzir a erro os consumidores, mediante afirmações falsas ou omissão de informações relevantes na oferta e publicidade de seus produtos ou serviços (grifei)**, de não inserir cláusulas abusivas entre as condições gerais dos contratos, que servirão de base para a celebração de contratos individuais em série. Todos os deveres anexos podem ser considerados deveres de cooperação, os quais, como já foi tratado, se manifestam antes, durante e após a extinção do vínculo contratual”.⁸²



⁸¹ - Obra citada, pág. 159.

⁸² - BOA-FÉ OBJETIVA: FORMAS DE EXPRESSÃO E APLICAÇÕES, Marco Antônio Zanellato, pág. 173. Revista de Direito do Consumidor, Ano 24, nº 100, Julho-Agosto de 2015. São Paulo, Editora dos Tribunais, 605 páginas.

(Handwritten signature)

Não foi por outro motivo, que o código do consumidor previu, como direito básico dos consumidores, portadores de interesses difusos, coletivos ou individuais homogêneos, a ser respeitado pelas empresas, em suas políticas de relações de consumo, uma

“efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos” (CDC, art. 6º, I).⁸³

Pondere-se, ainda, que a conduta omissiva dos representantes da empresa, de não informar, aos usuários do seu produto, o problema coletivo que vem ocorrendo, caracteriza, em tese, crime contra as relações de consumo, pois o fato não comunicado, além de relevante, tem relação direta com a “durabilidade” e “à garantia” de seus produtos”, que, como visto, inclui a fase do pós-venda.

Nesse sentido, o código do consumidor:

“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.

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

§2º Se o crime é culposos;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa” (CDC, art. 66).

“Quem, de qualquer forma, concorrer para os crimes referidos neste código, incide as penas a esses cominadas na medida de sua culpabilidade, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o

⁸³ - “A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base; III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum” (CDC, art. 81, Pu).

(Handwritten initials)

fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas" (CDC, art. 75).

Ressalto, ainda, que, tentada a realização de acordo, com o envio de duas propostas de transação administrativa (TA) e termo de ajustamento de conduta (TAC), pelo Procon Estadual, tal não foi possível, razão pela qual, findo o prazo concedido à Motorola, foram apresentadas as suas alegações finais (f. 1.368/1.398). Em outra reunião, noticiada pela empresa nos autos, também não foi possível chegar-se a um acordo (f. 1.476).

Contudo, o fornecedor se dispôs a providenciar o conserto da tela dos aparelhos Moto X (2ª geração), dos consumidores que ingressaram com reclamações junto ao Procon Estadual, o que, infelizmente, só resolve parte do problema (f. 1.476).

Em breve síntese, pode-se concluir: **i)** a Motorola, ao destacar, no folder de venda do celular, o uso da tecnologia "Corning Gorilla Glass", para manter "a tela protegida", sem indicar o nível de proteção obtido no processo de fabricação, além de informar, no manual do produto, o "impacto considerável", como possível causa de sua quebra, sem diferenciá-lo de um "impacto não considerável", criou a legítima expectativa de que o vidro do celular MOTO X, 2ª Geração, era mais resistente que os outros existentes no mercado, em caso de queda e impacto, e assim agindo, praticou propaganda enganosa por omissão (CDC, arts. 18, §§6º, II e III, e 37, §§1º e 3º);⁸⁴ **ii)** as reclamações dos consumidores, dirigidas ao Procon Estadual, e os depoimentos colhidos em audiência pública – citando os treinamentos dados pela empresa, os vídeos exibidos pelo fabricante da tela Gorilla Glass 03 e as informações repassadas pelos vendedores, nas lojas – comprovaram que o celular MOTO X, 2ª Geração, foi comercializado com o diferencial de ser mais resistente a quedas e impactos, o que acabou não se confirmando, e revelou tratar-se de propaganda enganosa (CDC, arts. 18, §§6º, II e III, e §1º);⁸⁵ **iii)** as

⁸⁴ - "São impróprios ao uso e consumo: (...) II - (...) 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" (CDC, art. 18, § 6º). "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" (CDC, art. 37).

⁸⁵ - "São impróprios ao uso e consumo: (...) II - (...) 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" (CDC, art. 18, § 6º). "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

ofertas do celular MOTO X, 2ª Geração, feitas pela internet, de que o produto é mais resistente a riscos, pelo duplo sentido do termo usado ("riscos" = de queda e impactos x arranhões), são enganosas, ao contrário do que defende a empresa (CDC, arts. 18, §§6º, II e III, e §1º);⁸⁶ **iv**) a discriminação dos usuários do produto, pelo fornecedor, para fins de prestação de assistência técnica, entre os que reclamam nos procons e aqueles que buscam os canais de atendimento da empresa (os segundos não são atendidos, sob a alegação de mau uso do produto), constitui prática abusiva, por limitar as suas responsabilidades, diante dos casos ocorridos, o que, pela lei consumerista, não é possível, por ser norma de ordem pública e prever o ressarcimento total dos prejuízos causados aos consumidores (CDC, arts. 1º, 24, 25 e 51, I);⁸⁷ **v**) a não divulgação, aos usuários do celular MOTO X, 2ª Geração, dos fatos relevantes que vêm ocorrendo com o produto, eis que de repercussão coletiva, com a devida publicidade, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, até para orientá-los sobre a forma de reparar o vício de qualidade, tipifica, em tese, o crime previsto no art. 66 do código do consumidor,⁸⁸ praticado pelos Diretores da Motorola,⁸⁹ enquanto a omissão ocorrer, pois se relacionam à "durabilidade" e "à garantia do produto"; o fato caracteriza, ainda, prática abusiva, por parte da Motorola, pela violação de direito básico dos consumidores e do princípio da boa-fé objetiva (CDC, arts. 4º, III, 6º, III e

natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços (CDC, art. 37).

⁸⁶ - "São impróprios ao uso e consumo: (...) II - (...) 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" (CDC, art. 18, § 6º). "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 (CDC, art. 37).

⁸⁷ - "O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias" (CDC, art. 1º). "A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso, vedada a exoneração contratual do fornecedor" (CDC, art. 24). "É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores. § 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores. § 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação" (CDC, art. 25). "São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: I - impossibilitem, exonere ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis" (CDC, art. 51).

⁸⁸ - "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. §1º Incurrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta. §2º Se o crime é culposo; Pena - Detenção de um a seis meses ou multa" (CDC, art. 66).

⁸⁹ - "Quem, de qualquer forma, concorrer para os crimes referidos neste código, incide as penas a esses cominadas na medida de sua culpabilidade, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas" (CDC, art. 75)

81, Pu, III).⁹⁰

ISSO POSTO, reconheço a prática, pela MOTOROLA MOBILITY COMÉRCIO DE PRODUTOS ELETRÔNICOS LTDA., qualificada nos autos, das infrações a ela imputadas, e JULGO SUBSISTENTE o processo administrativo instaurado, por fornecer produto com vício de qualidade, quanto à sua apresentação, discriminar os seus consumidores, sem justa causa, e não divulgar fato relevante aos usuários do bem afetado, tudo nos exatos termos das conclusões referidas acima.

Passo, pois, à aplicação das sanções administrativas.

Pelo código do consumidor, são cabíveis, no caso concreto, multa e suspensão de fornecimento do produto:

“As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;

VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço” (CDC, art. 56).

“A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição

⁹⁰ - “A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (...) III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores” (CDC, art. 4º, III). “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” (CDC, art. 6º). “São impróprios ao uso e consumo: I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos; 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” (CDC, art. 18, § 6º). “A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base; III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum” (CDC, art. 81).

econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos”.

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo” (CDC, art. 57).

“As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço” (CDC, art. 58).

Para fixar o valor da multa relativa a essa prática abusiva, levarei em consideração o teor da Resolução PGJ nº 11, de 03 de fevereiro de 2011, que, entre outros assuntos, regulou o procedimento para a fixação de multas por infração às relações de consumo, nos precisos termos do código do consumidor.

Considerando que a infração cometida se insere no GRUPO I (art. 60, I, “1”), ao qual se aplica o fator de pontuação 1, que não gera a obtenção de vantagem econômica em prejuízo dos consumidores, a qual se aplica o fator de pontuação de 1 - vantagem auferida (art. 62, “a”), e a receita obtida pela empresa, neste Estado, em 2014, de R\$ 414.094.436,16 (quatrocentos e catorze milhões, noventa e quatro mil, quatrocentos e trinta e seis reais e dezesseis centavos) – (f. 898), sendo classificada como empresa de grande porte, fixo a pena base em R\$ 1.040.236,09 (hum milhão, quarenta mil, duzentos e trinta e seis reais e nove centavos), nos termos do art. 65 da Resolução PGJ nº 11/2011.

Considerando que a empresa tem a seu favor duas circunstâncias atenuantes, i.é, o fato de ser primária e de estar minimizado os efeitos do seu ato, com o conserto dos aparelhos de parte dos consumidores prejudicados (Decreto nº 2.181/97, art. 25, II), diminuo a pena base em 50% (cinquenta

por cento), para R\$ 520.118,05 (quinhentos e vinte mil, cento e dezoito reais e cinco centavos).

Considerando, ainda, a existência de uma circunstância agravante, ou seja, o fato de a infração ter caráter repetitivo (Decreto nº 2.181/97, art. 26, VI), aumento o valor em 1/6 (um sexto), para R\$ 606.804,40 (seiscentos e seis mil, oitocentos e quatro reais e quarenta centavos).

Finalmente, o acréscimo de 1/3 (um terço), previsto no art. 59, § 3º, da Resolução PGJ nº 11, de 03/02/11, em substituição à soma das multas relativas a cada uma das infrações, concretizo a multa do fornecedor em R\$ 809.702,00 (oitocentos e nove mil e setecentos e dois reais).

Por outro lado, tendo sido reconhecido que o celular MOTO X, 2ª Geração, é impróprio ao uso e consumo, por conter vício de qualidade por inadequação, como exposto acima, determino a proibição de venda produto no território mineiro, por estabelecimentos físicos e virtuais, nos termos do art. 58 do código do consumidor.

Em cumprimento à presente decisão administrativa, a Motorola deve, no prazo de 10 (dez) dias úteis, comunicar à sua rede de distribuidores do produto, para que deixem de ofertá-lo no mercado mineiro, remetendo, findo esse prazo, ao Procon Estadual, os recibos comprovando a notificação dos mesmos, com os endereços físicos e virtuais dos destinatários, sob pena de desobediência.

ISSO POSTO, determino:

- a) a intimação do fornecedor para recolher à conta do Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, o valor da multa arbitrada, nos termos do art. 3º, inciso II, da Lei Complementar Estadual nº 66, de 22/01/03, ou apresentar recurso, no prazo de 10 (dez) dias, a contar de sua intimação (Decreto n. 2.181/97, arts. 46, § 2º e 49, Pu);
- b) a intimação da empresa para dar cumprimento imediato à proibição de venda do produto no mercado mineiro, nos estabelecimentos físicos e virtuais (Decreto nº 2.181/97, art. 49, "caput");
- c) na falta de recurso, e certificado o trânsito em julgado da decisão administrativa, ou após ser improvido, seja intimado o fornecedor para pagar o valor da multa, no

- prazo de 30 (trinta) dias, sob pena de inscrição do débito em dívida ativa, para posterior cobrança, com juros de mora de 1% (um por cento) ao mês e correção monetária, a contar da intimação da empresa (Decreto n. 2.181/97, art. 55);
- d) na ausência de recurso, ou após o seu improvemento, a inscrição do infrator no Cadastro de Fornecedores, com a anotação de que a reclamação não foi atendida (Decreto n. 2.181/97, arts. 57 a 62);
 - e) a publicação, no Diário Eletrônico do MPMG, de extrato da decisão administrativa, com os dados do processo, do advogado da empresa que subscreveu sua defesa e as alegações finais (f. 513/533 e 1.262/1.267), e de sua parte dispositiva contida nas letras "a" a "d", para que surta os seus efeitos jurídicos;
 - f) a expedição de ofícios à Senacon e aos Centros de Apoio Operacional dos Ministérios Públicos Estaduais, atuando na área de defesa do consumidor, com envio de cópia da decisão administrativa, para que adotem as medidas que entenderem cabíveis.

Esclareço que a intimação da empresa Motorola deve ser feita na pessoa dos seus Diretores Marco Antônio Albamonte Arruda, Andreas Gridi-Papp, Gaspar Lopes Romão Júnior e José da Conceição Cardoso Junior, que estão qualificados nos autos (f. 554), bem como por meio de seus advogados constituídos (f. 536/537).

Para apuração da prática do crime previsto no art. 66 do código do consumidor, expeça-se ofício à Delegacia Especializada na Defesa do Consumidor, com cópia da decisão administrativa, para adoção das medidas cabíveis.

Publique-se, registre-se o inteiro teor da decisão administrativa no Sistema de Registro Único (SRU), e intime-se.

Cumpra-se, na forma legal.

Belo Horizonte, 18 de novembro de 2016.



Amauri Artimos da Matta
Promotor de Justiça