

VENDA CASADA À LUZ DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA: UMA INVESTIGAÇÃO JURÍDICA SOBRE O NÃO FORNECIMENTO DO ADAPTADOR DE TOMADA PRATICADO PELA EMPRESA APPLE

Adenilson Soares Oliveira¹

Hugo Cruz Rodrigues²

Antônio Henrique Souto de Almeida³

RESUMO

O presente artigo se propõe a realizar uma investigação jurídica detalhada sobre a prática de venda casada pela empresa Apple, enfocando especificamente a omissão no fornecimento do adaptador de tomada junto aos dispositivos celulares da linha iPhone. A pesquisa tem como objetivo primordial compreender a legislação brasileira que estabelece as obrigações do vendedor no que concerne à inclusão de adaptadores de tomada durante a comercialização de produtos da Apple. Além da análise legal, o estudo examina as possíveis consequências jurídicas associadas ao descumprimento dessas obrigações, considerando as disposições do Código de Defesa do Consumidor, do Código Civil e eventuais regulamentações específicas. Os resultados esperados abrangem a identificação clara dos direitos e deveres tanto dos vendedores quanto dos consumidores, destacando as nuances relacionadas ao fornecimento de adaptadores de tomada. Adicionalmente, busca-se uma análise aprofundada das implicações jurídicas decorrentes do não cumprimento dessa obrigação legal. Nesse contexto, os objetivos específicos do artigo incluem contribuir significativamente para a discussão acadêmica sobre a proteção do consumidor diante das vendas casadas de produtos eletrônicos, bem como fornecer subsídios substanciais para eventuais aprimoramentos legislativos. Dessa forma, pretende-se não apenas esclarecer a questão jurídica em pauta, mas também fomentar debates construtivos e propostas que possam fortalecer a proteção do consumidor no contexto das transações comerciais de dispositivos eletrônicos.

Palavras-chave: Venda casada. Investigação jurídica. Direito do consumidor. Legislação brasileira. Práticas comerciais. Sustentabilidade ambiental.

TIE-IN SALES UNDER BRAZILIAN LAW: A LEGAL INVESTIGATION INTO THE LEGAL INVESTIGATION INTO THE FAILURE TO SUPPLY THE PLUG ADAPTER PRACTICED BY THE APPLE COMPANY

¹ Discente do curso de Direito da Faculdade de Excelência UNEX Jequié, e-mail:

adn_esparta41@hotmail.com

² Discente do curso de Direito da Faculdade de Excelência UNEX Jequié, e-mail: hugocruz.10@hotmail.com

³ Professor orientador do Curso de Direito da Faculdade de Excelência de Jequié UNEX, souto.almeida@ftc.edu.br

ABSTRACT

This article is a legal investigation into the tying-in of the sale by the Apple company by not supplying the plug adapter with Iphone cell phones. The study seeks to understand Brazilian legislation regarding the seller's obligations to supply plug adapters when selling Apple cell phones. In addition, the possible legal consequences of non-compliance with these obligations are analyzed, taking into account the rules of the Consumer Protection Code, the Civil Code and any specific regulations. The expected results of this work include the identification of the rights and duties of sellers and consumers with regard to the supply of plug adapters, as well as an analysis of the legal consequences of non-compliance with this obligation. In this sense, it is hoped to contribute to the academic discussion on consumer protection in the context of tie-in sales of electronic products and to provide input for legislative improvements.

Keywords: Bundled sales. Legal research. Consumer law. Brazilian legislation. Commercial practices. Environmental sustainability.

1 INTRODUÇÃO

No cenário contemporâneo da economia globalizada, a relação entre fornecedores e consumidores se entrelaça em uma teia de complexas interações comerciais. Dentro desse contexto, o fenômeno conhecido como "venda casada" emerge como um tema de relevância inquestionável, revelando-se não apenas como um desafio aos direitos fundamentais do consumidor, mas também como um campo fértil para a análise jurídica e aprimoramento das normativas de proteção ao consumidor.

Para Rizzato Nunes (2021), a venda casada é caracterizada quando o fornecedor tem a intenção de coagir o consumidor a comprar um produto ou serviço unicamente porque ele demonstra interesse em obter outro produto ou mesmo outro serviço. Além disso, segundo Tartuce e Neves (2023), a venda casada é a situação na qual o fornecedor apenas soluciona um problema relacionado a um produto ou serviço se um outro produto ou serviço for obtido.

No Brasil, a venda casada é expressamente proibida pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), lei nº 8.078/1990, em seu artigo 39. O CDC estabelece diretrizes para a proteção e defesa dos direitos dos consumidores, visando equilibrar a relação entre fornecedores e consumidores e coibir práticas abusivas.

No epicentro desta discussão, encontra-se a renomada empresa Apple, uma força motriz no universo da tecnologia, conhecida por seus inovadores dispositivos e sistemas operacionais. No entanto, em meio à sua vasta gama de produtos, surge uma prática que tem suscitado debates jurídicos: o não fornecimento do adaptador de tomada juntamente com seus dispositivos. Diante deste cenário, surgiu a necessidade de investigar se de fato o adaptador de tomada é um item obrigatório no fornecimento do aparelho celular ou se é válida a fundamentação da empresa Apple em não fornecer o mencionado item.

Esta pesquisa se propõe a debruçar minuciosamente esse fenômeno à luz da legislação brasileira, adentrando nos meandros jurídicos que envolvem a comercialização e fornecimento de produtos eletrônicos no país. Por meio de uma investigação criteriosa, almeja-se não apenas compreender a legalidade dessa prática, mas também promover uma reflexão sobre os direitos e garantias do consumidor diante dessa conjuntura.

Ao desbravar este tema, delinearemos um panorama que transcende os limites da prática comercial, alcançando a esfera dos direitos fundamentais e a aplicação efetiva das leis de proteção ao consumidor no contexto brasileiro. Através dessa análise, almejamos contribuir para um entendimento mais abrangente das implicações jurídicas envolvidas na venda casada e, conseqüentemente, para o aprimoramento das normativas que regem as transações comerciais no país.

2 METODOLOGIA

A abordagem metodológica empregada nesta pesquisa é fundamental para o delineamento e execução da análise sobre a prática de venda casada associada ao não fornecimento do adaptador de tomada pela empresa Apple no contexto brasileiro. Tal abordagem foi feita utilizando os procedimentos metodológico de pesquisa bibliográfica, análise de documentos legais e estudo de caso.

A pesquisa científica foi iniciada por meio de levantamento de referencial teórico, onde foram revisados artigos científicos, jornais, revistas, doutrinas e legislação brasileira. Nesse sentido, conforme defendem Sousa, Oliveira e Alves (2021), a pesquisa bibliográfica desempenha um papel crucial no início de qualquer

investigação científica, pois é por meio dela que se inicia a exploração do tema em questão. Além disso, foi feito também a análise documental de jurisprudências.

De maneira descritiva, foi exposto e analisado o caso da Apple em não fornecer adaptadores de tomada junto aos seus aparelhos celulares. Segundo Chieregate (2020), a Apple anunciou que o iPhone 12 seria vendido sem o adaptador de energia na caixa, alegando motivos ambientais e de redução de resíduos eletrônicos. A decisão gerou debates sobre a conveniência para os consumidores e questões de sustentabilidade. Os principais sujeitos envolvidos foram a Apple, como fabricante dos dispositivos, e os consumidores, que se viram sem o adaptador de tomada na compra do novo iPhone.

Também foi uma busca estratégica nos meios de comunicação virtuais com intuito de, além de aprofundar o conhecimento na negativa da empresa em não fornecer o adaptador de tomada, evidenciar as decisões de tribunais acerca desta temática.

Ademais, para compreender de maneira abrangente a prática de venda casada associada ao não fornecimento do adaptador de tomada pela empresa Apple no contexto brasileiro, optou-se por uma abordagem de estudo de caso exploratório mediante abordagem de pesquisa qualitativa. Pesquisa qualitativa examina evidências baseadas em dados verbais e visuais para entender um fenômeno em profundidade e, portanto, seus resultados surgem de dados empíricos, coletados de forma sistemática (Machado, 2021).

O caso da Apple foi escolhido devido à sua relevância no mercado de produtos eletrônicos e à notoriedade da empresa. A análise minuciosa desse caso oferece insights valiosos sobre a prática de venda casada e sua conformidade com a legislação de defesa do consumidor no Brasil.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. VENDA CASADA E LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

Conforme observa Amorim e Tartuce (2023), em relação ao disposto no art. 39 do CDC:

Esse primeiro inciso do art. 39 proíbe a venda casada, descrita e especificada pela norma. De início, veda-se que o fornecedor ou prestador submeta um

produto ou serviço a outro produto ou serviço, visando um efeito caroneiro ou oportunista para venda de novos bens. Ato contínuo, afasta-se a limitação de fornecimento sem que haja justa causa para tanto, o que deve ser preenchido caso a caso. Ampliando-se o sentido da vedação, conclui-se que é venda casada a hipótese em que o fornecedor somente resolve um problema quanto a um produto ou serviço se um outro produto ou serviço for adquirido. (Amorim e Tartuce, 2023)

O artigo 39 do CDC elenca algumas práticas consideradas abusivas, entre elas a venda casada. De acordo com o referido artigo, é proibido ao fornecedor condicionar o fornecimento de um produto ou serviço à aquisição de outro produto ou serviço, ou seja, é vedado vincular a compra de um item à compra de outro item como condição para a venda.

Fabrizio Bolzan (2013, p. 1633) destaca os seguintes critérios que deverão ser levados em conta quando da exigência do consumidor no tocante à vedação da venda casada.

[...] que os produtos e serviços sejam usualmente vendidos separados; Que a solicitação da unidade não desnature o produto – exemplo: se retirar um iogurte da cartela de seis, ninguém mais vai querer comprar os cinco remanescentes, nem poderia o fornecedor, nestes casos, vender o produto com a ausência de complemento; Que a conduta do consumidor não prejudique o fornecedor a ponto de este não conseguir mais vender determinado produto em razão da ausência de sua completude, contexto que ocorreria certamente caso o consumidor exigisse cem gramas a serem retiradas do saco de um quilo de arroz. (Bolzan, 2013, p. 1633)

A proibição da venda casada no CDC busca garantir a liberdade de escolha do consumidor, assegurando que ele possa adquirir apenas os produtos ou serviços que realmente deseja ou necessita. Essa proibição contribui para a manutenção de uma relação mais equilibrada entre fornecedores e consumidores, evitando práticas abusivas e protegendo os direitos dos consumidores no mercado brasileiro.

O Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) traz consigo algumas normas importantes e aplicáveis visando garantir a proteção, a segurança e o amparo nas relações consumeristas, dentre elas:

- a. **Informação adequada e clara:** Os fornecedores são obrigados a fornecer informações claras, precisas e completas sobre os produtos e serviços oferecidos, incluindo características, preço, riscos, prazos de validade, entre outros. Essa exigência visa permitir que os consumidores façam escolhas informadas e evitem práticas enganosas.
- b. **Proteção contra publicidade enganosa ou abusiva:** A publicidade deve ser verdadeira, sem informações falsas ou que possam induzir o consumidor a erro. O CDC proíbe práticas publicitárias enganosas e abusivas, garantindo que as informações transmitidas sejam confiáveis e não prejudiciais aos consumidores.
- c. **Direito à segurança:** Os produtos e serviços devem ser seguros para o consumo, não representando riscos à saúde e à segurança dos consumidores. Caso haja algum problema de segurança com um produto, o consumidor tem o direito de exigir sua reparação ou substituição.
- d. **Direito à garantia:** O CDC estabelece que os produtos duráveis devem ter garantia contratual, que é uma garantia oferecida pelo fornecedor para reparar ou substituir o produto em caso de defeitos. Além da garantia contratual, os consumidores têm direito à garantia legal, que é uma garantia de 90 dias para produtos não duráveis e de 30 dias para produtos perecíveis.
- e. **Direito à reparação por danos:** O consumidor tem direito a buscar reparação por danos materiais ou morais decorrentes de práticas abusivas, produtos defeituosos, serviços inadequados, entre outros. O fornecedor pode ser responsabilizado pelos danos causados ao consumidor.

Essas são apenas algumas das normas aplicáveis no Brasil que visam proteger os direitos dos consumidores. Além do CDC, existem outras leis e regulamentações específicas para setores como telefonia, planos de saúde, comércio eletrônico, entre outros, que complementam a proteção ao consumidor e garantem um ambiente mais justo e seguro para os consumidores brasileiros.

3.2. DIREITOS DO CONSUMIDOR

A proteção aos consumidores integra os direitos fundamentais, positivados no art. 5º, especificamente no inciso XXXII da Constituição Federal: “XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988, art. 5º).

A norma de eficácia limitada, estabelecida pela Lei n. 8.078/90, conhecida como Código de Defesa do Consumidor, tem como objetivo promover o equilíbrio nas relações de consumo. Isso é alcançado por meio de uma legislação específica e pela criação de órgãos governamentais, além de incentivar a sociedade na importante e contínua missão de regular o mercado consumidor.

A Ordem Econômica, fundamental para a estabilidade do Estado, inclui entre seus princípios a proteção do consumidor, como evidenciado no artigo 170, inciso V, da Constituição Federal:

A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos, existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I – Soberania nacional;

II – Propriedade privada;

III – Função social da propriedade;

IV – Livre concorrência;

V – **Defesa do consumidor;**

VI – Defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

VII – Redução das desigualdades regionais e sociais; VIII – busca do pleno emprego;

IX – Tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei. (grifo nosso). (BRASIL, 1988, art. 170).

A proteção ao consumidor está intrinsecamente ligada às práticas comerciais, pois visa assegurar que os consumidores sejam tratados de maneira justa e ética durante transações comerciais. Isso implica que os fornecedores devem adotar práticas transparentes, não enganosas e não coercitivas, conforme estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor. Ao garantir que as práticas comerciais sejam éticas

e respeitem os direitos do consumidor, promove-se um ambiente de consumo mais equitativo e confiável para todos os envolvidos.

3.3. PRÁTICA COMERCIAL DA EMPRESA APPLE

A empresa Apple tomou a decisão de não incluir adaptadores de tomada nas embalagens dos seus novos modelos de iPhones. Anteriormente, a Apple fornecia adaptadores de energia USB-A na caixa juntamente com os iPhones, mas a partir de determinado momento, passou a disponibilizá-los separadamente, como um item opcional e cobrado à parte. Com base no relatório Environmental Progress Report (2021), os motivos pelos quais a empresa Apple suspendeu o fornecimento do adaptador de tomada são:

- a. **Sustentabilidade ambiental:** A Apple argumenta que a retirada dos adaptadores de tomada das embalagens contribui para a redução do impacto ambiental. Ao evitar a produção em massa de adaptadores, a empresa afirma que é possível economizar recursos naturais, reduzir as emissões de carbono e gerar embalagens mais compactas, resultando em menos resíduos.

A preocupação com a sustentabilidade é uma pauta importante nos dias de hoje, e é louvável que as empresas busquem reduzir seu impacto ambiental. No entanto, algumas críticas questionam se essa é a melhor abordagem para promover a sustentabilidade, considerando que os adaptadores de tomada são essenciais para o uso adequado dos dispositivos e que a retirada deles pode forçar muitos consumidores a adquirirem-nos separadamente, o que pode gerar mais consumo e produção de adaptadores em longo prazo.

- b. **Reutilização de adaptadores antigos:** A Apple argumenta que muitos consumidores já possuem adaptadores de tomada antigos de dispositivos anteriores, tornando desnecessária a inclusão de um novo adaptador em cada compra de iPhone. Ao incentivar a reutilização dos adaptadores existentes, a empresa afirma que está reduzindo o desperdício e promovendo o uso eficiente dos recursos disponíveis.

É verdade que muitos consumidores possuem adaptadores de tomada antigos. No entanto, há também um número significativo de consumidores que são novos usuários da marca ou que não possuem adaptadores compatíveis. Para esses consumidores, a aquisição de um adaptador separadamente implica em um custo adicional, o que pode ser visto como uma imposição desnecessária.

- c. **Embalagens mais compactas e redução de custos de transporte:** A Apple alega que a retirada dos adaptadores de tomada permite embalagens mais compactas, o que leva a benefícios logísticos, como redução de custos de transporte e emissões de carbono associadas ao transporte de produtos.

Embalagens mais compactas podem de fato trazer benefícios logísticos, como redução de custos e menor impacto ambiental no transporte. No entanto, é importante considerar se esses benefícios logísticos devem ser priorizados em detrimento da experiência do consumidor e dos direitos garantidos por lei.

É fundamental ressaltar que as justificativas e benefícios alegados pela Apple estão sujeitos a análise e debate, e a conformidade com as leis de defesa do consumidor no Brasil é um aspecto relevante a ser considerado. As autoridades competentes e os órgãos de proteção ao consumidor devem avaliar se a prática de não fornecer adaptadores de tomada pela Apple configura uma venda casada e se está em conformidade com as normas de proteção ao consumidor no país.

A decisão da Apple em não fornecer os adaptadores de tomada gerou discussões e debates entre os consumidores e especialistas. Alguns argumentam que a remoção do adaptador de tomada é uma estratégia para aumentar os lucros da empresa, pois os consumidores que precisam de um adaptador adicional devem comprá-lo separadamente. Outros questionam se a preocupação ambiental é de fato a principal motivação por trás dessa medida, argumentando que a Apple poderia adotar outras estratégias de sustentabilidade sem retirar um item essencial para o uso do produto.

Essa prática da Apple despertou interesse e análise no contexto das leis de defesa do consumidor, levando a investigações e reflexões sobre se ela configura uma venda casada, contrariando a legislação brasileira. A venda casada ocorre quando um fornecedor condiciona a venda de um produto à compra de outro, o que pode ser considerado abusivo e prejudicial aos consumidores.

A análise jurídica dessa decisão da Apple à luz das normas de proteção ao consumidor no Brasil é essencial para determinar se a empresa está em conformidade com as leis de defesa do consumidor e se os direitos dos consumidores estão sendo respeitados.

3.4. RESPONSABILIDADE CIVIL

Seguindo os ensinamentos de Gagliano e Filho (2023), a responsabilidade civil resulta da lesão a um interesse essencialmente privado, implicando que o transgressor deve compensar financeiramente a vítima, na impossibilidade de restabelecer integralmente a situação anterior. Essa responsabilidade desdobra-se nos seguintes componentes: a) conduta (seja ele afirmativo ou negativo); b) dano; c) nexo de causalidade.

De acordo ao artigo 186 da Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002, “Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”. (Brasil, 2002).

Conforme Paulo R. Roque A. Khouri (2020), o Código de Defesa do Consumidor se interessa pela Responsabilidade Civil, pois o rompimento de uma obrigação por aquele que deve, em prol daquele que tem que receber, acarreta dano não apenas moral, mas também material, os quais tem de ser recompensados. É importante ressaltar também, ainda segundo Paulo R. Roque A. Khouri (2020), que no CDC existem situações de responsabilidade subjetiva ou lastreada na culpa, como existem situações de responsabilidade objetiva. Nesse sentido, é necessário transcrever o que assegura o Código de Defesa do Consumidor (1990) nos artigos 12 e 14:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores

por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. (BRASIL, 1990).

A análise da responsabilidade civil sob a óptica do Código de Defesa do Consumidor, a prática da empresa Apple envolve a verificação da existência de dano, nexo causal e culpa. Neste contexto, a conduta se manifesta na decisão consciente de não incluir um componente essencial para o funcionamento adequado do produto, o dano se refere aos prejuízos e/ou inconvenientes causados ao consumidor devido à ausência do adaptador de tomada e o nexo de causalidade estabelece a relação direta entre a conduta da empresa (omissão do adaptador) e o dano sofrido pelo consumidor, evidenciando que o não fornecimento do adaptador de tomada é causa efetiva dos danos, impactando, inclusive, na experiência do consumidor.

A legislação brasileira, alinhada com princípios de proteção ao consumidor, impõe à Apple a responsabilidade de fornecer informações claras e precisas sobre os produtos, incluindo a lista completa de itens inclusos. A omissão deliberada do adaptador de tomada pode ser interpretada como uma violação desses princípios, sujeitando a empresa a responsabilização civil.

Diante desse cenário, é fundamental explorar como as cortes brasileiras têm interpretado e aplicado as normas pertinentes, bem como examinar jurisprudências relacionadas a casos similares.

3.5. DO ENTENDIMENTO DE TRIBUNAIS DE JUSTIÇA ACERCA DA PRÁTICA DE VENDA CASADA PRATICADA PELA APPLE

Diversas decisões versam sobre a prática de venda casada praticada pela Apple em não fornecer o adaptador de tomada junto ao aparelho celular. Neste sentido, a jurisprudência:

RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. PEDIDO DE BALCÃO PARA ENTREGA DE CARREGADOR DE ENERGIA APPLE JUNTO COM IPHONE. ITEM ESSENCIAL E IMPRESCINDÍVEL PARA O FUNCIONAMENTO DO APARELHO. CONSUMIDOR OBRIGADO A ADQUIRIR O BEM SEPARADAMENTE. INADMISSIBILIDADE. PRÁTICA ABUSIVA DA EMPRESA REQUERIDA, VEDADA PELO CODECON (ART. 39, INCISO I), MORMENTE TRATANDO-SE DE UMA VENDA CASADA DISSIMULADA, POIS O PRODUTO ADQUIRIDO NÃO PRESTAÇÃO PARA FIM DELE ESPERADO. DEVER DE ENTREGAR O ACESSÓRIO. ASTREINTES

ADEQUADAMENTE FIXADAS PELO JUÍZO DE ORIGEM, VISANDO O EFETIVO E REGULAR CUMPRIMENTO DO COMANDO SENTENCIAL. HIPÓTESE EM QUE NÃO HÁ RELEVANTE QUESTÃO DE DIREITO QUE, PELA SUA RECORRÊNCIA, INDIQUE A CONVENIÊNCIA DE SE PREVENIR OU COMPOR DIVERGÊNCIA ENTRE AS TURMAS RECURSAIS ACERCA DA INTERPRETAÇÃO OU APLICAÇÃO DE LEI. PRECEDENTE: RI Nº 71010332658. REQUERIDA QUE NÃO DEMONSTROU FATO IMPEDITIVO, MODIFICATIVO E/OU EXTINTIVO DO DIREITO DO CONSUMIDOR (ART. 373, INC. II, DO CPC), DEVENDO SER MANTIDA A SENTENÇA QUE DETERMINOU A ENTREGA DO CARREGADOR DE ENERGIA, SOB PENA DE MULTA, POR SEUS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS, A TEOR DO ART. 46 DA LEI Nº. 9.099/95. RECURSO DESPROVIDO, POR MAIORIA. (Jappur, 2022)

De acordo com o entendimento jurisprudencial, a relação jurídica estabelecida entre as partes é de consumo, em virtude da aplicação e interpretação dos conceitos estabelecidos nos artigos 2º e 3º, incluindo seus parágrafos, ambos do CDC. Neste caso, para o relator, o celular vendido sem o adaptador para a utilização do cabo se torna imprestável ao fim que se destina, condicionando assim o consumidor a compra de outro produto que é fabricado pela mesma empresa, o que caracteriza a venda casada. Além disso, o aparelho celular caracteriza-se como bem durável e inconsumível, ou seja, bem que admite a sua utilização reiterada sem a sua destruição/inutilização, por este motivo deve ser comercializado junto com seu carregador, a fim de evitar ônus desproporcional aos consumidores que adquiriu um produto de alto custo.

Segundo a juíza de Direito Alessandra Costa Arcangeli (2022), "a empresa ré ao vender o aparelho sem o seu carregador condiciona o uso e aproveitamento de um bem à aquisição de outro, que passa a ser comercializado em separado nos estabelecimentos comerciais da reclamada." (Arcangeli, 2022 apud CONJUR, 2022).

Ademais, a imposição da compra separada do adaptador é uma estratégia comercial que causa desconforto e descontentamento ao consumidor, causando-lhe também abalo emocional. Sendo assim, existe a necessidade da concessão de danos morais, além de danos materiais, como é exposto pela jurisprudência a seguir:

DIREITO DO CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO COMINATÓRIA CUMULADA COM INDENIZAÇÃO DE DANO MORAL. AÇÃO DE CONSUMO. PRÁTICA ABUSIVA. VENDA DE APARELHO SMARTPHONE, MODELO IPHONE 12, SEM ADAPTADOR DE TOMADA PARA CARREGAMENTO DE BATERIA. CABO PARA CARREGAMENTO. ADAPTADOR. ENTRADA DIFERENCIADA. CABO USB-C. INCOMPATIBILIDADE COM OS CARREGADORES COMUNS NO MERCADO. NECESSIDADE DE AQUISIÇÃO PARA FRUIÇÃO DO PRODUTO PRINCIPAL. LIBERDADE DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR. AUTONOMIA AFETADA. "VENDA CASADA INDIRETA". PRÁTICA ABUSIVA CONFIGURADA (CDC. ART. 39, I). FORNECIMENTO DO

PRODUTO. OBRIGAÇÃO. REPARAÇÃO DO EFEITO MATERIAL DO ILÍCITO. ATO ILÍCITO. EXISTÊNCIA. DANO MORAL IN RE IPSA. CONFIGURAÇÃO. COMPENSAÇÃO DEVIDA. CONSUMIDOR. GRATUIDADE DE JUSTIÇA. CONCESSÃO. IMPUGNAÇÃO EM CONTRARRAZÕES. VIABILIDADE. BENEFÍCIO. MANUTENÇÃO. APELAÇÃO PROVIDA. SENTENÇA REFORMADA. PEDIDOS PROCEDENTES. HONORÁRIOS FIXADOS E MAJORADOS. (Caetano, 2022).

Essa decisão trata de uma ação cominatória cumulada com indenização de dano moral relacionada à venda de smartphones sem adaptador de tomada. A prática é considerada "venda casada indireta", configurando prática abusiva e ilícita. A venda casada indireta é, segundo Maciel (2021), uma conduta abusiva que ocorre quando o fornecedor de produtos ou serviços permite uma prática de consumo estreitamente ligada ao produto ou serviço que ele disponibiliza, contudo, limita essa prática à única opção que ele mesmo oferece. Partindo dessa definição e em conjuntura com o julgado, o consumidor foi compelido a adquirir um acessório adicional para fruir plenamente do produto. A decisão reconhece a existência de ato ilícito, determinando a reparação do efeito material e a compensação devido ao dano moral.

A empresa foi considerada responsável por adotar uma política comercial que obrigava os consumidores a adquirirem um acessório adicional, afetando sua liberdade de escolha e causando uma situação de subordinação. Sendo assim, a responsabilidade civil da empresa inclui a obrigação de reparar o efeito material do ilícito, exigindo que forneça o adaptador de tomada que deveria acompanhar o produto. Além disso, a empresa é condenada a pagar uma compensação pecuniária ao consumidor devido ao dano moral causado pela prática abusiva. A decisão reconhece a conduta ilícita da empresa, impondo-lhe as consequências legais associadas à responsabilidade civil

Diante disso, resta demonstrada a preocupação do judiciário brasileiro em, além de proteger o consumidor diante de práticas comerciais abusivas, aplicar decisões que objetivam a interrupção de tal prática pelos fornecedores. A conclusão de que a configuração do dano moral é evidente é crucial, destacando a lesão à autonomia do consumidor

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, esta pesquisa empreendeu uma análise metódica da venda casada, direcionando seu foco para a prática específica da não disponibilização do adaptador de tomada por parte da empresa Apple que de forma reiterada estava desrespeitando o Código de Defesa do Consumidor, ao praticar a denominada venda casada.

O exame minucioso da legislação brasileira evidenciou a flagrante contrariedade dessa prática às normas vigentes, realçando a necessidade imperativa de resguardar os direitos dos consumidores. A constatação inequívoca de que tal conduta viola preceitos legais reforça a exigência de uma fiscalização mais rigorosa e medidas regulatórias que assegurem a conformidade das empresas com as leis consumeristas.

As análises das decisões favoráveis ao consumidor, incluindo a concessão de danos morais e materiais, destacam a importância de reparar os prejudicados pela prática da venda casada. Ademais, a análise esmiuçada da legislação evidencia a contrariedade dessa conduta às normas vigentes, reforçando a necessidade de fiscalização rigorosa e mais medidas regulatórias. A imposição de sanções proporcionais à gravidade do comportamento não apenas restitui a justiça, mas também serve como alerta dissuasor para empresas, alertando-as quanto às consequências de práticas similares.

Além de elucidar implicações jurídicas, a pesquisa contribui para um entendimento mais profundo da responsabilidade corporativa, instigando reflexões sobre reformas legislativas para lidar eficazmente com a venda casada. Em última análise, busca-se promover uma consciência jurídica e ética ampla, visando um ambiente mais equitativo e transparente nas relações de consumo no contexto brasileiro.

Ao ponderar sobre os desdobramentos para os consumidores afetados, torna-se patente a urgência na concessão de reparação, abrangendo tanto danos morais quanto materiais.

Adicionalmente, esta pesquisa não apenas presta-se a elucidar as implicações jurídicas da venda casada, mas também contribui para a edificação de um entendimento mais profundo acerca da responsabilidade corporativa em práticas comerciais.

Diante das análises, a pesquisa atingiu a discussão necessária para se chegar ao propósito evidenciado pela problemática, pois mostrou de forma contundente, com base na Constituição Federal, no Código Civil, Código de Defesa do Consumidor e em Jurisprudências que, independentemente da importância da empresa no cenário nacional ou internacional, existe uma responsabilidade a ser seguida quando se trata de direitos dos consumidores. Nesse sentido, entende-se também que os objetivos propostos pela pesquisa foram alcançados, uma vez que ficou demonstrada a prática da venda casada diante do condicionamento dos fornecedores na entrega de um bem ou produto à aquisição de outro bem ou produto. Além disso, ficou evidente a demonstração de que a maior parte do judiciário brasileiro vem coibindo, por meio de decisões, tal prática, não apenas aplicando penalidades financeiras aos fornecedores, como também mostrando aos consumidores que seus direitos e garantias serão respeitados nessa relação jurídica.

REFERÊNCIAS

APPLE. **Environmetal Progress Report**. 2022.

BOLZAN, Fabrício. **Direito do Consumidor Esquematizado**. 2ª edição. Saraiva, 2013.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. 2ª edição. Forense, 2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 de set. 2023.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 09 de out. 2023.

CHIEREGATE, Bárbara. **Porque a Apple não vende mais o iPhone com carregador. Tecnoblog, 2020**. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/porque-a-apple-nao-vende-mais-o-iphone-com-carregador/>. Acesso em: 11 de out. 2023.

CONJUR, Redação. **Vender iPhone sem carregador é prática de venda casada, decide juíza**. Consultor Jurídico, 09 de out. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-out-09/vender-iphone-carregador-pratica-venda-casada-decide-juiza/>. Acesso em: 16 de out. 2023

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça. **Recurso Cível n. XXXXX20218070001 1437886**. Rel. Teófilo Caetano. Brasília, DF, 20 de jul. 2022. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-df/1673956679>. Acesso em: 13 de nov. 2023.

FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson; NETTO, Felipe Braga. **Curso de Direito Civil – V.3 - Responsabilidade Civil**. 10ª edição. Juspodivm, 2023.

FILHO, José Augusto Peres. **Coleção Método Essencial – Direito do Consumidor. 2ª edição**. Método, 2022

FILHO, Sergio Cavalieri. **Programa de Direito do Consumidor**. 5ª edição. Atlas, 2019.

GAGLIANO, Pablo Stolze; FILHO, Rodolfo Pamplona. **Novo Curso de Direito Civil Vol. 3 – Responsabilidade Civil**. 23ª edição. Saraiva, 2023.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro – Responsabilidade Civil – Volume 4**. 18ª edição. Saraiva, 2023.

KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor – Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em juízo**. 7ª edição. Atlas, 2020.

MACIEL, Marina. **Você sabe o que é venda casada às avessas?**. Marina Maciel, 01 de jul. 2021. Disponível em: <https://www.marinamaciel.com/post/voc%C3%AA-sabe-o-que-%C3%A9-venda-casada-%C3%A0s-avessas>. Acesso em: 13 de nov. 2023.

MACHADO, Amália. **O que é pesquisa qualitativa?**. Acadêmica, 05 de jan. 2021. Disponível em: <https://www.academica.com.br/post/o-que-%C3%A9-pesquisa-qualitativa>. Acesso em: 11 de out. 2023.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 14ª edição. Saraiva, 2021.

PINTO, Cristiano Vieira Sobral; FILHO, Misael Montenegro. **Manual Prático de Direito do Consumidor**. 3ª edição. Juspodivm, 2023.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. **Recurso Cível n. XXXXX-92.2022.8.21.9000**. Rel. Des. José Vinicius Andrade Jappur. Rio Grande do Sul, 27 de abr. 2022. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-rs/1487588722>. Acesso em: 04 de out. 2023.

SILVA, Alexandre Almeida da. **Notas sobre venda casada e danos sociais – Caso ACP sobre os carregadores da Apple**. Migalhas, 18 de nov. 2022. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/377150/venda-casada-e-danos-sociais--caso-acp-sobre-os-carregadores-da-apple>. Acesso em: 17 de nov. 2023

SILVA, Maurílio Marques. **A Indenização Por Danos Morais Nas Relações De Consumo: Práticas Comerciais Abusivas (Venda Casada)**. Rubiata/GO, 2020.

SOUSA, Angelica Silva de; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; ALVES, Laís Hilário. **A Pesquisa Bibliográfica: Princípios E Fundamentos**. Cadernos da Fucamp, v.20, n.43, p.64-83/2021.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**. Volume Único. Método, 2023.