

# “*Caveat venditor*”: o risco é de quem vende nas relações de consumo

Alexandre Bucci<sup>1</sup>

Juiz de Direito no Estado de São Paulo

**Sumário:** Introdução. 1. Sociedade de Risco e Relações de Consumo. 1.1. Vulnerabilidade nas relações de consumo. 1.2. Confiança nas relações de consumo. 1.3. Boa-fé objetiva e Direito à Informação nas relações de consumo. 2. “*Caveat venditor*”: conceito. 2.1. Alcance do “*caveat venditor*” nas relações de consumo. 2.2. O “*caveat venditor*” em contraposição ao denominado “*caveat emptor*”. 2.3. O “*caveat venditor*” na compra e venda de bens imóveis. 2.4. O “*caveat venditor*” na compra e venda de veículos. 2.5. O “*caveat venditor*” nas vendas de produtos eletroeletrônicos. 2.6. O “*caveat venditor*” nos planos de saúde. 2.7. O “*caveat venditor*” na venda de animais. Conclusão. Referências.

## Introdução

Muito já se escreveu a respeito da tutela da boa-fé objetiva e seus deveres anexos, sob a perspectiva do prevalectimento da legítima expectativa de confiança, em matéria de relação de consumo.

Também não se afigura propriamente nova a premissa no sentido de que o Código de Defesa do Consumidor deve ser entendido como uma lei tipicamente principiológica, vale dizer, um diploma que promove verdadeiro corte horizontal no sistema jurídico nacional.

De fato, a Lei nº 8.078/90 buscou atribuir eficácia material à importante regramento constitucional, com escopo último de concretizar

---

<sup>1</sup> Mestrando na área de concentração Justiça, Empresa e Sustentabilidade pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Especialista em Direito do Consumidor, Direito Público, Direito Civil, Direito Econômico e Negocial e em Direito Empresarial pela Escola Paulista da Magistratura (EPM). Especialista em Direito dos Contratos pelo Instituto Internacional de Ciências Sociais (IICS - CEU).

o princípio da dignidade da pessoa humana, bem assim, a liberdade, a justiça e a prevalência dos valores calcados na solidariedade, também em âmbito contratual e na tutela de terceiros que terminam por ser equiparados à figura jurídica do consumidor.

É nesse contexto que, para a correta análise do Código de Defesa do Consumidor, se faz imprescindível alçarmos a Constituição Federal de 1988 verdadeiramente ao ápice da pirâmide normativa, deixando de lado o arcaico conceito de norma programática, para que se possa reconhecer na Carta Constitucional uma autêntica determinante positiva. Isto, por óbvio, se aplica também aos princípios nela contidos, tal qual se deu em relação ao reconhecimento de que faltava proteção legal adequada ao consumidor.

Necessário, ainda, entender a evolução da sociedade contemporânea, hoje já considerada pós-moderna<sup>2</sup>, tipicamente massificada, o que significou o claro declínio do voluntarismo e, em consequência, o abandono das leis civis como única fonte normativa das relações contratuais no âmbito do direito privado.

A boa-fé objetiva e o direito à informação plena, prévia e eficaz, são vistos, destarte, sob o prisma objetivo de um verdadeiro paradigma de conduta para as partes e para a medida da decisão, ou seja, como instrumento objetivo de apreensão da realidade pelo juiz.

A partir dessas linhas introdutórias que buscam ressaltar a importância da proteção do consumidor, anuncia-se que, neste trabalho, ainda que de maneira breve e não definitiva, abordar-se-á, como tema central, o estudo do significado e do alcance do brocado latino do “*ca-veat venditor*”.

Como se sabe, tal referido brocado é traduzido, literalmente, pela conhecida expressão “*o risco é de quem vende*”, sendo, esta afirmação, verdadeiro corolário ético e lógico do primado da boa-fé objetiva e do direito à informação em matéria de relação de consumo.

O interesse no estudo do tema decorre de dois pontos principais, quais sejam: em primeiro plano, a reiterada não observância do direito à informação e em segundo plano, porém, não menos importante, a

---

<sup>2</sup> *Pós-modernidade* é uma expressão controvertida, mas utilizada para se referir ao atual contexto histórico, isto é, o momento caracterizado pelas mudanças no comportamento, valores e modos de vida da sociedade, pelas incertezas e riscos inerentes ao desenvolvimento, em que predomina o capitalismo e o consumo. A respeito de pós-modernidade consultar Zygmunt Bauman, *Modernidade líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

necessidade de conscientização dos produtores, fornecedores e prestadores de serviços com vistas à opção por uma postura de atuação profissional técnica, efetivamente de vanguarda, em tais questões, respeitadas, por óbvio, as particularidades de cada nicho de mercado, sem olvidar, porém, do necessário respeito à informação e preservação da confiança depositada pelo consumidor na contratação firmada.

Por isso é que no primeiro item do trabalho serão fornecidos ao leitor elementos indispensáveis a respeito de temas dos quais deve haver compreensão prévia ao estudo do “*caveat venditor*”, tal qual se dá, por exemplo, com a análise da *sociedade de risco e as relações de consumo*, com a inerente *vulnerabilidade do consumidor* em matéria de relações de consumo, passando-se, ainda, por ser relevante, pela *confiança nas relações de consumo* e pela *boa-fé objetiva e o direito à informação nas relações de consumo*.

Em seguida, já no segundo item do trabalho, trataremos propriamente do conceito do “*caveat venditor*”, com detalhamento de seu alcance e de suas características.

Imperioso, neste panorama, diferenciarmos o “*caveat venditor*” de seu conhecido e outrora largamente utilizado “opositor” histórico, o brocado denominado de “*caveat emptor*” (“*risco é de quem compra*”), apresentando-se, dentro deste mencionado item, aspectos de interesse prático concernente à matéria, em diversas vertentes negociais afetas às relações de consumo.

Discorrer-se-á, para tanto, bom que se ressalte, de particulares facetas do brocado afeto ao “*caveat venditor*” em determinadas relações negociais, tratando-se, em especial, da venda de imóveis, da comercialização de veículos automotores, produtos eletroeletrônicos, contratos de plano de saúde e venda de animais.

Concluir-se-á, nessa quadra de considerações, que o prevailecimento do brocado afeto ao “*caveat venditor*” em matéria de relações de consumo, nos remete, em última análise, à tutela da confiança como elemento balizador das relações entre fornecedores e consumidores.

Afirmar o “*caveat venditor*” é então afirmar a busca de relações de consumo solidárias e justas, sem que com isto se exclua a liberdade de contratar e o escopo de lucro dos fornecedores e dos prestadores de serviços.

Anuncia-se, porém, alteração na visão tradicional dos riscos do negócio, visão esta que, nos dias atuais, deve, sim, ser influenciada

pela noção de contrato justo, servindo para proteger e promover a dignidade da pessoa humana e não apenas para promover a circulação de riquezas.

Lançam-se, pois, votos no sentido de que o trabalho aqui apresentado seja útil para que os operadores do sistema consumerista cada vez mais possam fazer prevalecer a perseguida **Justiça** no caso concreto, partindo-se da inafastável premissa de que a Constituição Federal, como um todo, é Direito e que seus princípios compartilham de normatividade própria a irradiar efeitos para todos demais sistemas e microsistemas que em torno dela gravitam.

## 1. Sociedade de risco e relações de consumo

Qualquer estudo que busque uma análise eminentemente voltada a uma vertente do direito à informação em sede de tutela consumerista, como ocorre em relação ao “*caveat venditor*”, necessariamente passa pela fixação de algumas premissas essenciais à compreensão do instituto, quais sejam, a definição da sociedade de risco e as relações de consumo, o mesmo se aplicando à vulnerabilidade e confiança nas relações de consumo, passando-se também, de maneira inafastável, pelo já muitas vezes visitado princípio da boa-fé objetiva, notadamente, voltado às relações de consumo.

Pois bem, em relação à sociedade de risco, sem olvidar a frase quase que profética do Presidente Kennedy no sentido de que todos éramos consumidores, importa dizer como ensina Luiz Antonio Rizatto Nunes (2000, p. 70) que:

[...] no começo do século XX, instaura-se definitivamente um modelo de produção que terá seu auge nos dias atuais. Tal modelo é o da massificação: fabricação de produtos e oferta de serviços em série, de forma padronizada e uniforme, no intuito de diminuição do custo da produção, atingimento de maiores parcelas de população com o aumento de oferta etc.

Esse sistema de produção pressupõe a homogeneização dos produtos e serviços e a standardização das relações jurídicas que são necessárias para a transação desses bens [...].

Dito de outro modo, não é mais a procura que vincula a oferta, mas, sim, o contrário e nesse panorama que se faz necessário equilibrar as relações de consumo, marcadas por um desnível natural imposto pelas diferentes posições e interesses das partes envolvidas nesse fenômeno.

Impossível olvidar que as relações de consumo são bilaterais, pressupondo, numa ponta, a existência do fornecedor – fabricante, produtor, importador, comerciante e prestador de serviço – vale dizer, aquele que se dispõe a fornecer bens e serviços a terceiros, e na outra ponta, temos, vulnerável, por pressuposto característico, o consumidor, aquele subordinado às condições e aos interesses impostos pelo titular dos bens ou serviços voltados ao consumo.

Tal fenômeno elimina a ideia de autonomia irrestrita da vontade, conceito hoje substituído por autonomia privada, a qual não é suprimida por completo, contudo, resta em muito mitigada nas relações de massa firmadas geralmente por meio de contratos de adesão.

Tal declínio do voluntarismo coincide com a crise do paradigma do direito privado moderno, moldado pelo antigo Estado Liberal, cujas vertentes eram a aludida autonomia da vontade, a responsabilidade subjetiva e a propriedade privada.

A crise representou a incapacidade de solucionar novos problemas sociais propostos pelo surgimento da industrialização trazida pelo fenômeno da Revolução Industrial, a qual aprofundou desigualdades, desencadeando processo produtivo em larga escala, fundado na concentração de riquezas, regime insustentável depois de certo tempo, obrigando-se o Estado a abandonar o postulado liberal da não intervenção, de maneira a disciplinar o mercado, almejando com isto equilibrar as partes contratantes.

Segundo Alberto do Amaral Jr. (1993, p. 66):

[...] o desenvolvimento do sistema industrial em fins do século XVIII alterou profundamente o modo de produção dos bens, modificando, em consequência, a face da economia moderna. A energia e as máquinas transformaram a natureza do trabalho. A substituição da energia humana pela energia mecânica passou a ser a base da produtividade, já que a produção em série de bens se converteu na característica dominante do sistema industrial [...].

### 1.1. Vulnerabilidade nas relações de consumo

É nesse meio social e negocial que a vulnerabilidade é característica inerente ao consumidor.

Sim, todo consumidor é presumidamente vulnerável por conta de não dominar os meios de produção e as técnicas de prestação de serviços que lhes são disponibilizadas. Não se deve confundir, porém, vulnerabilidade com a questão da hipossuficiência, esta última, conceito de nítida conotação processual, atrelada à inversão dos ônus probatórios como decorrência de dificuldades técnicas, jurídicas ou econômicas enfrentadas pelo consumidor para a demonstração de seu direito.

Cumpra, pois, assinalar que o Código de Defesa do Consumidor trouxe consigo a identificação desse novo sujeito de direitos, o consumidor, construindo um sistema de normas e princípios orgânicos para protegê-lo e efetivar seus direitos.

A identificação desse novo sujeito de direitos, deste grupo de não iguais, de vulneráveis, ostenta, então, conotações pós-modernas fortes, sendo certo que no caso brasileiro se trata de realização de um direito fundamental (positivo) de proteção do Estado voltado ao consumidor (artigo 5º XXXII da CF/88).

O consumidor foi, então, identificado constitucionalmente (artigo 48 ADCT) como agente a ser necessariamente protegido de forma especial.

O referido artigo 48 do ADCT determina a elaboração de lei tutelar exatamente em forma de código, ou seja, um todo, construído de um conjunto de normas sistematizado por uma ideia básica, a ideia de proteção desse sujeito especial. A opção brasileira por um Código de Defesa do Consumidor possui, destarte, clara origem constitucional.

O microsistema consumerista regula apenas as relações de consumo entre um fornecedor e um consumidor, prevendo normas de ordem pública que estabelecem valores básicos e fundamentais de nossa ordem jurídica, tratando-se de normas de direito privado, é verdade, porém, com marcado interesse público, daí decorrendo a afirmação de que tratamos de normas de caráter indisponível e inafastável por meio de contratos.

Note-se que o Código de Defesa do Consumidor é claro, em seu artigo 1º ao dispor que suas normas se dirigem à proteção prioritária de um grupo social, os consumidores, e tais normas se constituem em normas de ordem pública e de interesse social.

Leis de ordem pública, por seu turno, são aquelas que interessam mais diretamente à sociedade que aos particulares.

A respeito do tema, observa Bruno Miragem (2007, p. 45) que:

[...] A determinação da lei como de ordem pública, revela um status diferenciado à norma que ao expressar espécie de ordem pública e de proteção em razão da vulnerabilidade reconhecida ao consumidor, embora não a torne hierarquicamente superior às demais, lhe outorga um *caráter preferencial*. De outra parte, na medida em que realiza o conteúdo de um direito fundamental, de matriz constitucional, retira da esfera de autonomia privada das partes a possibilidade de derrogá-la (norma imperativa) [...].

Também o E. Superior Tribunal de Justiça (REsp nº 586.316/MG) confirma a vocação de norma de ordem pública do Código de Defesa do Consumidor quando decidiu outrora, de maneira inovadora, que as normas de proteção e defesa do consumidor têm índole de “ordem pública e interesse social”.

Falamos, portanto, de normas indisponíveis e inafastáveis, posto que resguardam valores básicos e fundamentais da ordem jurídica do Estado Social, daí a impossibilidade de o consumidor delas abrir mão *ex ante*.

Aliás, a conotação social das normas consumeristas remete-nos à influência atualmente sofrida pelo direito privado, o qual se “constitucionaliza” atribuindo relevância jurídica nova às relações privadas que antes eram deixadas ao arbítrio da vontade das partes.

O conseqüente controle estatal nos remete ao fenômeno da “publicização do direito privado”, denotando um Direito Civil muito mais constitucional e dominado por linhas de ordem pública.

Interessa então constatar, que a partir de 1988, a defesa do consumidor se encontra inserida na chamada ordem pública econômica, cada vez mais importante na atualidade, pois, legitima e instrumentaliza a crescente intervenção do Estado na atividade econômica dos particulares.

E tendo em vista a evolução do Direito, tido como verdadeiro instrumento de mudança social, parece evidente que os direitos previstos

no texto constitucional, tanto os direitos políticos quanto os posteriores direitos de cunho econômico e social passam a ter uma chamada eficácia positiva, não se admitindo, em consequência, o prevalecimento de efeito meramente negativo, o qual, outrora, apenas servia para proibir o Estado de adotar certas atitudes diante de seus cidadãos.

Agora, tais previsões ganham inegável força positiva, no sentido de que o Estado está obrigado a adotar posturas que ensejam intervenção na atividade privada, protegendo um determinado grupo difuso de indivíduos, tal qual se dá, por exemplo, no caso dos consumidores.

Explica-se, de tal sorte, a tendência do legislador moderno que procura garantir eficácia prática aos direitos fundamentais do indivíduo, e entre eles, os direitos econômicos, por meio da inclusão de objetivos constitucionais em normas ordinárias de direito privado, sendo este o caso do Código de Defesa do Consumidor.

## 1.2. Confiança nas relações de consumo

Vê-se, pois, que por se constituir verdadeiramente em lei de função social, lei de ordem pública econômica, de origem claramente constitucional, o Código de Defesa do Consumidor traz como consequências, entre outras, modificações profundas nas relações juridicamente relevantes da sociedade.

Com o escopo já anunciado de tutelar um grupo específico de indivíduos, considerados vulneráveis às práticas livres e muitas vezes abusivas do mercado, essa nova lei de função social intervêm de maneira imperativa em relações jurídicas de direito privado que antes eram dominadas pelo dogma da autonomia da vontade.

Uma lei social, por óbvio, exige uma nova conduta, verdadeiramente transformadora da realidade social, impondo novas noções de valor que servem de vetor para a sociedade, optando-se, geralmente, pela positivação de direitos assegurados ao grupo tutelado.

Tais direitos geram deveres a outros agentes da sociedade, os quais, por sua profissão, pelas atividades exploradas e pelas benesses que recebem, devem suportar, por opção legislativa, os riscos das aludidas atividades, notando-se, aqui, o marcado caráter de transformação social da realidade.

É nesse contexto que falamos em confiança como princípio das relações de consumo hígidas, vale dizer, conduzindo a sociedade a um



novo patamar de harmonia e respeito nas relações jurídicas consumeristas, havendo vasto campo de atuação e de aplicação interdisciplinar do Código de Defesa do Consumidor.

A necessidade de coexistência coerente e dialogada de várias fontes legislativas de direito privado (Código de Defesa do Consumidor, Código Civil, leis do Sistema Financeiro e securitário, por exemplo) deve ser orientada sempre pelo sistema de valores da Constituição.

A confiança surge então, no artigo 4º alínea “d” do Código de Defesa do Consumidor como ideia de proteção despertada no mercado de consumo, criando uma garantia legal e mandamento para que atue o Estado promovendo padrões de qualidade e segurança adequados, assim como também de durabilidade e de desempenho dos produtos.

A confiança do consumidor poderia ser frustrada em seus intentos no sistema tradicional, na medida em que o fornecedor, elaborando de maneira unilateral os contratos, viesse a redigi-los de maneira mais benéfica aos seus interesses, afastando garantias e direitos contratuais que a lei supletiva civil permitisse.

Todavia, isto não pode ocorrer no sistema protetivo do Código de Defesa do Consumidor, haja vista que leis imperativas protegem a confiança que o consumidor depositou no vínculo contratual, mais especificamente, na prestação contratual, ou seja, em sua adequação ao fim que razoavelmente dela se espera.

As referidas leis, em verdade, protegem, ainda que indiretamente, a confiança que o consumidor deposita na segurança do produto ou do serviço colocado à sua disposição no mercado de consumo.

Desdobro lógico da confiança referida nas linhas acima é a conclusão no sentido de que finalizado o contrato, o mesmo deve surtir seus efeitos e ser executado pelas partes, respeitando-se a equidade contratual, melhor dizendo, o equilíbrio de direitos e deveres nos contratos, alcançando-se assim, a pretendida justiça contratual.

As normas imperativas do Código de Defesa do Consumidor proíbem a utilização de quaisquer cláusulas abusivas, definidas como aquelas que assegurem vantagens unilaterais ou exageradas para o fornecedor de bens e serviços, o mesmo se aplicando àquelas que sejam incompatíveis com a boa-fé e a equidade (artigo 51, IV do Código de Defesa do Consumidor).

As cláusulas abusivas serão declaradas nulas pelo Poder Judiciário, já que a vontade manifestada pelas partes na esfera contratual, não é

mais fator decisivo para o Direito, devendo prevalecer os valores maiores definidos no Código de Defesa do Consumidor.

Uma vez formado o vínculo contratual, um novo direito dos contratos protege não somente a vontade das partes, como também os legítimos interesses e as expectativas dos consumidores. Dito de outro modo, protege-se a confiança, com claro objetivo de harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo, compatibilizando-se a proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, viabilizando-se, em última análise, os princípios nos quais se funda a ordem econômica (artigo 170 da CF/88) sempre com base na boa-fé e equilíbrio das relações entre consumidores e fornecedores.

### **1.3. Boa-fé objetiva e direito à informação nas relações de consumo**

Conforme até aqui foi exposto, o artigo 4º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor sintetiza que o esforço do Estado no sentido de regular os contratos de consumo deve ser em busca da harmonização das relações de consumo e conseqüente compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento, o que significa dizer, em outras palavras, que a boa-fé objetiva é mesmo o princípio máximo de orientação imposto pelo microsistema consumerista, funcionando como vetor de duplo sentido que orienta a postura do fornecedor e também o comportamento do consumidor.

Na formação e na execução das obrigações, o princípio da boa-fé objetiva possui muitas funções na denominada nova teoria contratual.

A primeira delas é atuar como fonte de novos deveres especiais de conduta impostos antes, durante e até mesmo depois do vínculo contratual findo, ou seja, falamos dos chamados deveres anexos.

Esta função é criadora, seja como fonte de novos deveres, seja como fonte de deveres anexos aos deveres de prestação contratual, como os deveres de informar, de cuidado e de cooperação, seja como fonte de responsabilidade por ato ilícito ao impor riscos profissionais novos e agora indisponíveis por contrato.

A boa-fé objetiva atua também como causa limitadora do exercício, antes lícito, hoje marcadamente abusivo, dos direitos subjetivos.

Essa função é limitadora, na medida em que reduz a atuação dos parceiros contratuais, definindo algumas condutas e cláusulas como abusivas, controlando também a transferência dos riscos profissionais, libertando finalmente o devedor, em situações de não razoabilidade na outra conduta.

Atua, ainda, na concreção e na interpretação dos contratos, sendo esta uma função nitidamente interpretadora.

E é interpretadora tal função, posto que a melhor linha de interpretação de um contrato ou de uma relação jurídica de consumo deve ser pautada pela boa-fé objetiva, princípio que permite uma visão total e real do contrato examinado.

Desnecessária aqui a repetição de conceitos outros que já retrataram com propriedade o conceito de boa-fé objetiva em matéria de relações de consumo, basta sedimentar a ideia no sentido de que boa-fé é, em suma, cooperação e respeito, conduta esperada e leal, inclusive, quanto à necessidade de informação,

Compreende-se, destarte a razão pela qual a proteção da boa-fé e da confiança despertada no consumidor formam a base do tráfico jurídico, a base de todas as vinculações jurídicas, o princípio máximo das relações contratuais.

Falamos, em verdade, de uma espécie de salvaguarda das injunções no jogo do poder negocial, sendo certo que, nesse novo ambiente jurídico, a vontade já não reina absoluta no estabelecimento do grau de equivalência das prestações, encontrando, ao contrário, molde, tanto no plano da validade, com o instituto da lesão, quanto no plano da eficácia, com o instituto da onerosidade excessiva, devendo, pois, conformar-se a determinados padrões para que o ordenamento jurídico a aceite.

A necessidade de segurança das relações jurídicas impõe, portanto, o estabelecimento de um ambiente negocial de confiança recíproca, implicando compromisso de agirem as partes com lealdade e honestidade de propósitos.

O dever de transparência e a clareza da declaração apresentam-se vitais para o sucesso da vinculação, afastando possíveis divergências e impedindo, em última análise, que um dos sujeitos confie inutilmente na validade e na eficácia do negócio.

## 2. “*Caveat venditor*”: conceito

A regra nas relações de consumo deve ser a inexistência do vício, cabendo ao fornecedor e ao prestador de serviços o dever de constatar e de alertar sobre cada uma das possíveis e previsíveis anormalidades que a coisa ou serviços possuam ou possam vir a apresentar.

Esse acautelamento deve partir daquele que coloca em circulação jurídica produtos e serviços no mercado de consumo.

Isto é, em linhas gerais, a melhor tradução do denominado “*caveat venditor*”.

*“O risco é de quem vende”.*

O risco é, em outras palavras, de quem produz ou presta serviços.

E justamente por ser a regra a inexistência de vício, correto afirmar que cabe ao fornecedor e ao prestador de serviços o ônus de demonstrar que o consumidor conhecia a imperfeição.

A observação de Zelmo Denari (1988, p. 169) a respeito da dificuldade surgida com a prova da imperfeição merece ser lembrada:

[...] Por medida de cautela, a nota fiscal de venda deverá consignar as razões determinantes do abatimento do preço, pois, do contrário, presumir-se-á indefectibilidade do produto ofertado e o fornecedor responderá pelas sanções previstas no parágrafo primeiro do Artigo 18 do CDC [...].

Há claramente, uma inversão no dever de cuidado, posto que não mais o consumidor deve acautelar-se na aquisição de um produto ou serviço, até porque, este ônus, muitas vezes, não poderia ser por ele bem desempenhado sem que lhe fosse possibilitado prévio conhecimento dos riscos inerentes ao produto ou serviço.

Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor, dentro do espírito protetivo e visando à efetiva garantia dos direitos dos consumidores, estabeleceu, no que toca ao dever de cumprir perfeitamente a obrigação, a solidariedade na responsabilização dos fornecedores.

Valemo-nos aqui de U. Beck, que apresenta cinco teses, por meio das quais pretende reafirmar que a sociedade em que hoje vivemos se trata de uma sociedade de risco.

O citado autor expõe que o risco:

a) é aberto para processos sociais de sua definição;

b) relativiza a posição de classe, ou seja, atinge pobres e ricos, empresários ou assalariados, na poluição do ar, no envenenamento dos bens alimentícios por resíduos químicos, uma vez que os riscos da modernidade produzem efeitos bumerangues, recaindo também sobre os grupos sociais até então protegidos contra os males da industrialização;

c) não contradiz a lógica da valoração do capital, muito pelo contrário, a sociedade industrial produz o aproveitamento econômico dos riscos.

Há mais para destacar:

d) ressalta-se o papel da consciência e exige da sociologia contribuição para uma teoria do surgimento e divulgação da consciência do risco;

e) caracteriza a sociedade como catastrófica, em que o estado de emergência ameaça tornar-se o estado normal.

O mesmo autor prossegue (1998, p. 41) afirmando que, ao estudar o fenômeno do risco na sociedade, para muitos, já atualmente tida como transmoderna<sup>3</sup>, é possível observar que este pode ser distinguido em três fases diversas.

A primeira é a que corresponde ao aparecimento da Idade Moderna e da sociedade industrial, na qual os riscos ainda eram aparentemente controláveis e quase que incipientes. Era denominada sociedade de riscos residuais.

Por seu turno, a segunda fase destacada por Beck seria aquela que compreendia o período abrangido do final do século XIX e a primeira metade do século XX, deixando-se de analisar o risco como mero golpe de azar ou do acaso. Na aludida segunda fase surge a responsabilidade objetiva.

<sup>3</sup> Luiz Fernando Coelho, em sua obra *Saudade do futuro* (2001), defende que a atual sociedade já vive na era da transmodernidade, assim conceituando-a: “*Transmodernidade* é um termo novo com o qual se faz referência à época atual; é igualmente uma nova categoria apta a catalisar a crítica à pós-modernidade utilizada inicialmente por Warat para enfatizar o caráter de transição da pós-modernidade, isto é, de passagem para novo ciclo histórico cujos contornos ainda não são bem nítidos, mas que tende a afirmar-se como tendo sua identidade própria. Esse autor assinala que a transição para o novo ciclo ocorre paralelamente ao acaso dos sentidos de modernidade; essa perda de sentidos faz-nos sentir-nos capturados pelo vazio, sendo a *transmodernidade* justamente esse sentido de vazio, algo à espera de outros sentidos organizadores no mundo”.

Já o terceiro momento, ou seja, o momento no qual vivemos, momento este em que a expansão das informações e do Estado Social de Direito representa verdadeira modernidade reflexiva, ou pós-modernidade, temos uma sociedade de riscos fabricados – que extrapolam as realidades individuais e até mesmo as fronteiras temporais e territoriais – pois, se produzidos em uma região, os produtos continuamente afetam outras regiões, em grande escala.

Nesse processo, sem dúvidas, temos um dos exemplos da globalização e, por que não dizer, com reflexos também no crescimento do comércio eletrônico em âmbito internacional, com o que, em última análise, se sinaliza com o uso indiscriminado da internet como meio de comunicação.

Porém, a maior característica da atual sociedade de risco seria justamente a sua reflexividade, a qual Giddens (2002, p. 20) define como sendo “a suscetibilidade da maior parte dos aspectos da atividade social, à revisão crônica à luz de novas informações ou conhecimentos”.

Consumir é então um ato que envolve riscos, pois está baseado na tomada de decisão pelo consumidor, a qual, no caso dos produtos e serviços postos no mercado de massa, é fortemente influenciada e influenciável, isto porque grande parte das relações de consumo atualmente é resultado dos efeitos da publicidade sobre os seus respectivos alvos - os consumidores.

Compreendem-se os motivos pelos quais milhares de pessoas acabam contratando a compra de bens e a prestação de serviços, tomando em consideração os anúncios veiculados nos meios de comunicação.

É a publicidade criando necessidades e expondo o consumidor ao risco de sua decisão, razão pela qual a responsabilidade resultante desta há de ser sempre maximizada, em detrimento do fornecedor que deixe de respeitar a transparência e a boa-fé.

Justo assim, que o paradigma seja invertido, impondo-se, a quem vende e a quem fornece, os riscos do negócio e o dever de bem informar sobre particularidades e especificidades do produto ou do serviço em questão, considerações estas que nos remetem ao necessário enfrentamento do alcance do “*caveat venditor*” nas relações de consumo.

## 2.1. Alcance do “caveat venditor” nas relações de consumo

Tal qual exposto nas linhas anteriores, em matéria de relações de consumo, informar é um dever daquele que produz ou presta serviços.

Assumir os riscos da informação deficiente, omitida seja por negligência, seja por dolo, é corolário lógico da tutela da parte mais vulnerável na relação de consumo.

Portanto, nas relações de consumo, em razão da própria principiolgia adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, a norma visa proteger o consumidor, da forma mais ampla possível, de todos os danos sofridos, de maneira que, verificada a caracterização destes referidos danos, haverá direito ao ressarcimento.

Vale dizer, advindo dano em decorrência de um defeito no produto ou serviço, não se poderão criar obstáculos ao efetivo ressarcimento.

Fornecedores, ao colocar seus produtos e serviços no mercado, não o fazem gratuitamente – buscam lucro, e em boa parte das situações transferem, de maneira indevida, ao consumidor, o risco de seu negócio.

Isto se dá, por exemplo, quando deixam de informar corretamente as especificidades daquilo que estão ofertando, ou quando não prestam corretamente o serviço ou ainda quando o produto que colocam no mercado não atinge a expectativa do consumidor.

E mais: fenômeno muito comum em nossos dias é aquele em que vários empresários se reúnem, cada um com sua especialidade, para satisfazer muitos consumidores, compartilhando entre si os efeitos positivos do negócio, os quais alcançam as prestações próprias e também as alheias, buscando assim diluir entre eles os riscos da atividade empresária.

Torna-se então comum o fenômeno das redes contratuais entre fornecedores, o qual está intimamente relacionado com as contratações na sociedade de massas, em que grande parte das empresas, na busca de minimizar os riscos de seu negócio, acaba por firmar grandes redes de contratos para o fornecimento de bens e serviços.

Nessas situações, a existência de um contrato somente se justifica porque existem também outros que funcionam como um sistema, não se justificando a existência de um negócio sem a existência do outro.

Com a utilização de cadeias de contratos, as empresas acabam por abranger uma massa maior de consumidores, já que não se encontram

limitados a lhes oferecer, de maneira isolada, um bem, um determinado produto ou mesmo um particular serviço.

Exemplo bastante claro da conexidade entre contratos é a contratação por meio de cartões de crédito, pois, em uma visão sistêmica, se faz possível notar que existe um nexo de acessoriedade nos contratos entabulados entre emissor e fornecedor (cadeia de fornecimento), entre consumidor e operadora de cartão (cadeia de consumo), e a relação principal de consumo, que é o contrato entre o consumidor e o fornecedor.

Justamente por ser assim é que se faz necessária, no atual estágio da produção industrial, uma tutela efetiva àqueles atingidos pela massificação da produção, ou seja, aqueles que se encontram no fim da cadeia produtiva.

Fato é que os consumidores se encontram inegavelmente expostos às práticas de redução de custos na industrialização dos bens de consumo e de sua publicidade no mercado, de maneira que terminam sujeitos aos riscos do processo produtivo.

Tais riscos, entretanto, assim como veremos de maneira mais particular, ao analisarmos algumas modalidades contratuais, devem ser arcados exclusivamente pelos fornecedores.

## **2.2. O “*caveat venditor*” em contraposição ao denominado “*caveat emptor*”**

O “*caveat venditor*” é regra nas modernas relações de consumo, partindo da premissa de que o consumidor é presumidamente vulnerável, portanto, com reduzidas possibilidades de discussão de cláusulas contratuais e reduzida informação atrelada à produção de produtos, especificidades e questões particulares que permeiam os mais diversos serviços sujeitos ao regramento legal do microsistema consumerista.

Em termos práticos, o “*caveat venditor*” é a contraposição do antigo primado do prevaecimento do “*caveat emptor*”, este último transferindo ao adquirente de produtos e aos beneficiários dos serviços os riscos naturais e inerentes à contratação e ao perecimento da coisa, mesmo em situações nas quais não houvesse informação adequada e prévio esclarecimento a respeito das particulares condições da coisa ou do serviço em questão.



De outra parte, vale rememorar que a concepção de cláusulas gerais e o próprio “*caveat venditor*” não significam uma subjetivação de critérios do julgador, implicando, antes verdadeiro reenvio de dados do sistema, o qual atribui conteúdo objetivo às cláusulas gerais em nada se ligando ao arbítrio. Cláusulas gerais e a consagração do “*caveat venditor*” atendem, pois, a um modelo jurídico principiológico e voltado ao melhor tratamento dos casos concretos, sem que com isto se possa falar em perda de segurança jurídica ou ineficiência do mercado.

Não mais prevalece, pois, a atribuição de riscos aos adquirentes de produtos e serviços no mercado de consumo, com o que se afasta o elemento aleatório e a surpresa, que decorriam da descoberta de vícios, imperfeições e impropriedades que terminavam por pesar sob os ombros da parte mais frágil na relação jurídica, premissa esta relevante para que bem se possa, agora, transpor, ainda que em linhas breves, no que se traduz o “*caveat venditor*” em algumas das particulares facetas de determinadas relações negociais que se colocam como consumeristas.

### 2.3. O “*caveat venditor*” na compra e venda de bens imóveis

Sedimentada a premissa no sentido de que as anormalidades que a coisa ou o serviço possuam devem ser previstas, constatadas e avisadas previamente pelo fornecedor ou pelo prestador de serviços, a partir deste ponto de partida, correto afirmar que em matéria de **compra e venda de bens imóveis**, em sede de relação de consumo, o “*caveat venditor*” encontra campo fértil.

Implica aqui o “*caveat venditor*”, por exemplo, na exata delimitação das metragens e condições particulares do imóvel, também em matéria de garagens e áreas comuns, sob pena de responsabilização do vendedor, incorporador ou outros parceiros comerciais inseridos na cadeia de consumo.

E não se olvide da relação com os terrenos vizinhos, mostrando-se necessários, inclusive, esclarecimentos acerca da incidência de luz solar e riscos de possíveis infiltrações e vazamentos em imóveis situados em andares muito baixos ou coberturas, falando-se aqui, em especial, dos condomínios edilícios.

A obrigação de respeitar a oferta vinculante em relação aos benefícios advindos da área de lazer nos edifícios é, hoje, também fonte de conflitos e expectativas frustradas.

Uma quadra de esporte, por exemplo, ainda que inicialmente visualizada em folheto tido pelo incorporador como ilustrativo, quando concretizada, por óbvio que deve respeitar as dimensões aptas para a prática do esporte, propiciando piso e entorno adequados para um lazer eficaz e seguro, inclusive, no que se refere aos materiais utilizados.

Todas essas cautelas e exigências informativas e de respeito à boa-fé, transpostas para que pesem sob os ombros de quem vende, nos remetem ao finalístico escopo de atingimento de eficientes condições de segurança da quadra, como, de resto, do acesso ao local e luminosidade solar e artificial, se for o caso, não se frustrando legítima expectativa.

Ainda em matéria de contratos imobiliários, digna de registro a observação de que os encargos advindos do financiamento, gravames e possibilidade de cessão de posição contratual e cessão de crédito também são ônus informativos, que, com clareza e precisão, devem ser desempenhados pelo alienante (leia-se, mais comumente, construtora e incorporadora).

Relevante recordar, que em relação ao cumprimento forçado da obrigação, o C. Superior Tribunal de Justiça (**Resp nº 341.405/DF**, j. 03/09/2002) em julgado relatado pela Ministra Nancy Andrihgi já decidiu que: “se o fornecedor, através de publicidade amplamente divulgada garantiu que os imóveis comercializados seriam financiados pela Caixa Econômica Federal, submete-se a assinatura do contrato de compra e venda nos exatos termos da oferta apresentada”.

Destaque-se, ainda, ser inadmissível o descumprimento de oferta publicitária por meio da qual se veicula, por exemplo, a possibilidade de fazer um negócio totalmente financiado, para que, em momento posterior, se altere esta condição, exigindo-se determinada entrada ou parcelas ditas intermediárias.

A frustração das legítimas expectativas nutridas pelo consumidor com a relação jurídico-imobiliária entabulada, vale dizer, o rompimento da confiança depositada no empreendimento e na solidez da obra, bem como do acabamento interno, podem, sim, além dos óbvios prejuízos materiais, igualmente ensejar o surgimento do direito à indenização por danos morais.

Crescentes, de maneira idêntica, as demandas por atraso injustificado na entrega da obra, máxime considerando o caráter lesivo que decorre da não assunção de riscos que se mascaram em cláusulas dúbias e que buscam afastar o fortuito interno, quando este é, sabidamente,

um ônus do fornecedor, que não rompe o nexo de causalidade, e que, em consequência, não afasta o dever de indenizar.

Verifica-se a lesividade do atraso na obra – cuja caracterização do aludido atraso não tenha sido bem explicitada – quando há necessidade de mudança urgente em razão de alteração de estado civil, necessidades advindas de tratamento médico ou obrigação de deixar imóvel locado.

Aliás, a respeito da indenização por danos morais em matéria de compra e venda de imóveis, o prevalectimento do “*caveat venditor*” corrobora a premissa de que o fundamento da reparabilidade do dano moral está em que, a par do patrimônio em sentido técnico, o indivíduo é sabidamente titular de direitos integrantes de sua personalidade, não podendo conformar-se a ordem jurídica em que sejam estes impunemente atingidos.

Portanto, o sofrimento humano não causado por perda pecuniária, abrangendo todo atentado à reputação da vítima, à sua autoridade legítima, ao seu pudor, à sua segurança e tranquilidade, bem assim ao seu amor próprio, inclusive, estético e à sua inteligência e afeições, ensejam reparação de danos morais que podem vir a ocorrer por falha na assunção de riscos atrelados a negócios imobiliários.

#### **2.4. O “*caveat venditor*” na venda de veículos**

Campo prático bastante fértil para abusos e violações do brocado em estudo é o comércio que se estabelece tendo por objeto veículos automotores.

Não tratamos aqui de relações entre particulares, as quais, como se sabe, não são tidas como consumeristas, mas, sim, regidas pelo Código Civil.

Falamos, ao contrário, das relações de consumo envolvendo compra e venda de veículos, relações estas nas quais alertar sobre problemas mecânicos, anteriores colisões, exata quilometragem e possíveis irregularidades documentais e fiscais fazem parte claramente integrante dos limites éticos impostos pelo necessário respeito ao “*caveat venditor*”, o que irradia efeitos para também atingir o comércio dos denominados veículos seminovos, amoldando-se tais deveres de cuidado, perfeitamente, aos riscos do negócio explorado por aqueles que comercializam veículos.

A delimitação dos itens inseridos na garantia contratual e na garantia legal, bem como a explicitação dos prazos e a maneira em que os mesmos devem ser contados, são fatores que devem integrar ainda o “*caveat venditor*” nas vendas de veículos.

Questão tormentosa se coloca em matéria de vícios nos contratos coligados, assim chamados aqueles nos quais pelo menos uma das partes é a mesma e em que há, apesar de sua autonomia, uma ligação de dependência ou subordinação entre os vínculos, porque ambos decorrem do mesmo fato, notando-se relação de acessoriedade entre os mesmos.

No conceito de Ruy Rosado de Aguiar (1991, p. 88, nota 170) contratos coligados “são os que, embora distintos, estão ligados por uma cláusula acessória, implícita ou explícita”.

Como elementos constitutivos fundamentais, os contratos coligados possuem a celebração conjunta de dois ou mais contratos, a manutenção da autonomia de cada uma das modalidades, a dependência recíproca ou apenas unilateral dos contratos amalgamados e a ausência de unidade entre os contratos jungidos.

O financiamento muitas vezes somente existe com o escopo de viabilizar a compra e venda de veículo.

E ao tratarmos de cumprimento imperfeito da obrigação de entrega do veículo e de seus documentos, importante saber se as consequências do cumprimento inadequado afetam ao contrato de financiamento ou eventualmente afetam ao *leasing*, impondo-se a resposta positiva, sob pena de imposição de desvantagem informacional e negocial marcadamente iníqua em desfavor do consumidor.

Nos pedidos de eliminação do vício ou substituição da coisa não se afiguram maiores problemas, posto que tais pedidos não afetam o outro contrato, devendo apenas adotar-se a cautela de notificar a instituição financeira em situação na qual ocorra a substituição, já que deve ser substituída a garantia para o novo bem.

Por seu turno, no pedido de resolução do contrato, o cumprimento imperfeito deve referir-se a ambos os negócios jurídicos, vislumbrando-se que o comprador de um veículo, por óbvio, muitas vezes não tem condições de analisar as transformações que foram feitas no bem, o mesmo se aplicando às colisões que este teria sofrido em momento anterior.

Salta aos olhos, portanto, também nessas modalidades negociais que se colocam em relação aos veículos, respeito ao dever de informar e deslocamento dos riscos para aquele que vende o bem.

## 2.5. O “caveat venditor” nas vendas de produtos eletroeletrônicos

Em matéria de venda de produtos ou serviços que envolvam eletroeletrônicos, informações sobre voltagem dos aparelhos, requisitos mínimos de funcionamento, possibilidade de danos no transporte e instalação, bem como delimitação exata dos recursos tecnológicos disponíveis integram o espectro de relevância do aqui estudado “caveat venditor”.

Importante seria, em sede própria que desborda aos limites deste estudo, analisar os riscos corporativos para uma indústria de eletroeletrônico no fornecimento de bens ou realização de serviços, no processo de manutenção fabril, em uma perspectiva de um sistema de gestão integrado da qualidade, segurança, saúde, meio ambiente e responsabilidade social que, em última análise, nos remeteria a uma relação consumerista livre de vícios e armadilhas de consumo.

Para isso, o setor produtivo deveria direcionar esforços nas categorias de serviços críticas para tomadas de ações que visam minimizar falhas dos fornecedores, promovendo a melhoria contínua do sistema de gestão integrada.

Velocidade de “navegação” em internet, exato alcance do pacote de dados, prazos de expiração de créditos e benefícios *on line* igualmente são riscos informacionais e práticos que devem ser desempenhados de maneira correta e esclarecedora pelos produtores e comerciantes.

Digno de nota, ainda, o fato de que deve haver exatidão na publicidade que muitas vezes se mostra falha ao não trazer clara identificação acerca do limite temporal da promoção, apresentando informação vaga em relação aos estoques, ensejando erro.

A garantia pelo vício, frise-se, independe, de todo modo, de qualquer manifestação, posto ser cláusula implícita em todo negócio.

A manutenção de assistência técnica em território nacional – mesmo com a venda de produtos de origem externa – é outro risco migrado para o âmbito daquele que comercializa os chamados eletroeletrônicos, sem falar na ampliação do campo de tutela dos vícios ocultos, apenas descobertos depois de perfeitamente adaptado e integrado o consumidor com a nova gama de tecnologias e de funcionalidades que prometia o produto oferecer.

Consigne-se, a título de sugestão aos fornecedores, que o gerenciamento dos riscos é de grande importância para as organizações,

pois, evita que se comentam erros elementares já largamente conhecidos, potencializando resultados em função da antecipação e solução de possíveis problemas.

As organizações empresariais, por isso, devem estar comprometidas com clientes, parceiros e acionistas e também com a sociedade num todo, objetivando reduzir os riscos perseguindo-se a maximização das oportunidades de negócio, sem deixar, contudo, de assumir e fazer com que o público consumidor conheça os riscos que afetam o negócio.

## 2.6. O “*caveat venditor*” nos contratos de planos de saúde

Aqui, o destaque obrigatório, que deve ser conferido pelo prestador de serviços, aplica-se a todas as cláusulas e previsões contratuais que se mostrem restritivas.

Além da razoabilidade que se exige em matéria de restrições que não podem frustrar o próprio objeto do contrato, anote-se que o destaque deve ser igualmente prévio, claro e preciso, sem caráter genérico, ao contrário, dotado de especificação e tradução de termos técnicos, sempre de modo a não frustrar a já mencionada legítima expectativa de cobertura contratual.

A responsabilidade objetiva de hospitais e clínicas pelos serviços disponibilizados, tais como, instalações, equipamentos, condições de higiene e segurança e demais aspectos propriamente relacionados aos serviços hospitalares, propriamente ditos, é marcadamente objetiva, à luz do disposto nos artigos 12 e 14 do CDC.

Impor o risco a quem vende serviços de saúde implica em observar o princípio da justiça contratual, analisando institutos correlatos, como o instituto da lesão e as cláusulas tidas como abusivas por imposição de exagerada desvantagem ao consumidor.

Importante lembrar que tratamos, neste ponto, de contratos cativos de execução continuada, o que significa dizer que, no confronto entre questão meramente econômica e o direito à vida, sem sombra de dúvidas deve este último prevalecer como corolário lógico da dignidade da pessoa humana.

Podemos vislumbrar, destarte, que o desapego a uma tendência excessivamente patrimonial nos leva a reconhecer, com o prevalecimento do “*caveat venditor*”, em matéria de planos de saúde, uma

justa prevalência da pessoa humana em substituição aos bens materiais, situação que notadamente altera a concepção teórica do sistema e dos princípios informadores do direito contratual.

Por isso, se afirma que a reversão da indenização em proveito da sociedade, tal qual se viu em caso paradigma julgado pelo E. Tribunal de Justiça de São Paulo (**Recurso de Apelação no 0027158-41.2010.8.26.0564**, 4ª Câmara de Direito Privado, Relator Desembargador **Teixeira Leite**), bem serve para reforçar a harmonia das relações de consumo, conforme orientação inserida no capítulo do Código de Defesa do Consumidor voltado à Política Nacional das Relações de Consumo (artigos 4º e 5º do CDC).

Afirma-se, em última análise com o “*caveat venditor*” em relação aos contratos de plano de saúde, a força normativa dos princípios da *socialidade* e da *eticidade*, com significância distributiva, em respaldo à dignidade da pessoa humana.

## 2.7. O “*caveat venditor*” nas vendas de animais

Cresce, nos dias atuais, o interesse de adultos e crianças por animais domésticos, exóticos ou não, muitas vezes como forma de integração de moradores de metrópoles à vida natural tão esquecida nas grandes cidades. Também como forma auxiliar de tratamentos psicológicos ou psiquiátricos, ou simplesmente pelo sentimento de contato mais próximo com um animal, o certo é que houve grande incremento e especialização na venda de animais.

Assim sendo, assumir os riscos da atividade em matéria de venda de animais, sejam aqueles de estimação, sejam aqueles destinados ao incremento da produção agroindustrial, significa, modernamente, adotar o dever de cuidado de previamente informar e esclarecer ao consumidor, por exemplo, sobre prazos de vacinação e atenção especial com filhotes, alertando sobre riscos de possíveis viroses e doenças oportunistas.

Cuidados com transporte, alimentação e riscos naturais da presença de animais exóticos, tais como, cobras, lagartos e iguanas em ambiente estritamente doméstico e não adaptado perfeitamente para a presença do animal devem ser igualmente esclarecidos ao consumidor, advertindo-se, sobretudo, dos riscos de manutenção do animal em condições inadequadas, da possibilidade de presença e contato com

crianças e idosos, bem como dos cuidados com a higiene que eventualmente se faça recomendável aos aludidos animais e ao ambiente no qual estes serão inseridos.

A relação eventualmente existente entre a empresa que disponibiliza animais ao consumidor e os criadores destes referidos animais (fornecedores da empresa) é questão sabidamente alheia às relações de consumo, o que obriga resolução de eventuais controvérsias havidas nesta relação intermediária, em vias ordinárias, sem causar óbices às pretensões postas pelo consumidor em face daquele com o qual ostenta vinculação direta.

A possibilidade de doenças ou viroses “encubadas”, quais sejam, aquelas que se manifestam após a transmissão da posse do animal, já em poder do consumidor, também merecem a atenção do fornecedor, posto que igualmente incidente quanto ao tema o “*caveat venditor*”.

Nas situações envolvendo a compra, por parte do fornecedor, de determinado lote de animais junto a um específico criador, cumpre destacar, que perecendo um dos animais do lote em poder do consumidor, não se pode olvidar da necessidade de aferição da saúde e do destino que se atribuiu aos demais integrantes daquele referido lote.

Uma análise comparativa poderá ser útil ao intérprete, como forma de aquilatar se o vício atingiu substancial fração do lote, facilitando, assim, a análise do caso concreto com resolução novamente amparada sob a ótica de impor o risco em desfavor de quem vende.

## Conclusão

No decorrer deste trabalho, buscou-se enfatizar a necessidade de proteção efetiva da figura jurídica do consumidor – em face do aumento da produção e do excesso de publicidade – em contexto de consumo massificado na pós-modernidade.

Para tanto, o corte de interesse acadêmico aqui delimitado reconheceu o prevalecimento do brocardo do “*caveat ventitor*” tido enquanto postulado apto a ensejar verdadeira concretização dos comandos principiológicos da tutela consumerista, voltada à realização social e respeito à diretiva constitucional de proteção do consumidor.

Diante da vulnerabilidade que é inerente ao consumidor, por não dominar os meios de produção e as técnicas de prestação de serviços



que lhes são disponibilizadas, o Código de Defesa do Consumidor, a partir de seu caráter protetivo, estabelece regras jurídicas voltadas ao equilíbrio entre consumidor e fornecedor.

E, sob esse prisma, se considerarmos que a regra nas relações de consumo deve ser a inexistência do vício, cabendo ao fornecedor e ao prestador de serviços o dever de constatar, informar e de expressamente alertar sobre cada uma das possíveis e previsíveis anormalidades que a coisa ou serviços possuam ou possam vir a apresentar, vê-se, claramente, nisto, a melhor tradução do brocado do “caveat venditor”.

O risco, portanto, em matéria de relações de consumo, é de quem vende, produz ou presta serviços, de modo que imperioso o prevalecimento do “caveat venditor” em detrimento do antigo conceito de “caveat emptor”, obstada a transferência indevida dos riscos da atividade explorada, com o que se respeita o direito à informação clara e precisa e também se prestigia o direito à legítima expectativa.

## Referências

- AMARAL JR., Alberto do. *Proteção do consumidor no contrato de compra e venda*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.
- AZEVEDO, Antonio Junqueira de. *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo, n. 33, p. 129.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BECK, Ulrich. *La sociedad del riesgo*. Buenos Aires: Paidós, 1998.
- BRANCO, Gerson Luís Carlos. *O sistema contratual do cartão de crédito*. São Paulo: Saraiva, 1998.
- BULGARELLI, Waldirio. *Questões contratuais no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Atlas, 1993.
- COELHO, Luis Fernando. *Saudade do futuro*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2001.
- COUTO E SILVA, Clóvis V. do. Teoria da base do negócio jurídico no direito brasileiro. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, n. 655, p. 7-11, 1999.
- DENARI, Zelmo. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

GIDDENS, A. *Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós?* São Paulo: Record, 2002.

LEITÃO, Luis Manoel Teles de Menezes. *Caveat venditor? A Diretiva 1944/CE. Revista de Direito do Consumidor*, n. 43, jul./set. 2002.

KELSEN, Hans. *A democracia*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

MIRAGEM, Bruno. Função social do contrato, boa-fé e bons costumes. Nova crise dos contratos e a reconstrução da autonomia negocial pela concretização das cláusulas gerais. In: MARQUES, Claudia Lima (Coord.). *A nova crise do contrato: estudos sobre a nova teoria contratual*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

NUNES, Rizzatto. Luiz Antonio. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2000.

PINTO, Paulo Mota apud *Revista de Direito do Consumidor*. n. 43, jul./set. 2002.

SILVA, José Afonso da. *Curso de direito constitucional positivo*. 27. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2006.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. *Recurso Especial nº 586.316/MG*. Julgado em 17 de abr. 2007. Publicado no DJE em 19 de mar. 2009.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. *Recurso Especial nº 341.405/DF*, j. 03/09/2002.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO. *Recurso de Apelação nº 0027158-41.2010.8.26.0564*, 4ª Câmara de Direito Privado, Relator Desembargador Carlos Teixeira Leite Filho. j. 18/07/2013, registro em 19/07/2013.