

Menção em propaganda não atrai culpa de imobiliária por atraso

14/03/2022

A 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça deu provimento ao recurso especial de uma imobiliária que pedia o afastamento da responsabilidade solidária por atraso na entrega de empreendimento cuja divulgação trazia a sua logomarca, ao lado da logomarca da incorporadora.

Reprodução



O uso da logomarca da imobiliária no anúncio não a vincula ao atraso na entrega do imóvel Reprodução

A relatoria foi do ministro Paulo de Tarso Sanseverino, o qual recordou que tanto a 3ª quanto a 4ª Turma, em decisões recentes, concluíram pela ausência de responsabilidade da imobiliária diante de atraso na entrega de imóvel – salvo na hipótese de falha do serviço de corretagem ou de envolvimento da corretora nas atividades de incorporação e construção.

Os consumidores alegaram que o uso da logomarca da imobiliária na campanha publicitária, ao lado da identificação da incorporadora, levaria o cliente a pressupor uma parceria das empresas em todas as fases do negócio, desde a venda até a entrega do imóvel — que sofreu atraso, contrariando o que havia sido prometido pela corretora.

Em primeira instância, a demanda foi julgada procedente, resultando na condenação solidária da corretora de imóveis e da incorporadora ao pagamento de 0,5% do valor do contrato por mês de atraso, a título de indenização. A decisão foi mantida em segundo grau.

De acordo com Paulo de Tarso Sanseverino, a análise do processo indica que o envolvimento da imobiliária no empreendimento se limitou à comercialização das unidades autônomas. O fato de sua logomarca ter constado da divulgação, acrescentou o ministro, não denota, por si só, que a parceria entre as empresas tenha extrapolado a fase de vendas e alcançado as atividades de incorporação e construção, de modo a gerar responsabilidade solidária pelo atraso da obra.

"O uso das logomarcas foi uma forma de transmitir a informação sobre qual seria a empresa responsável pela edificação do empreendimento e qual seria a responsável pela comercialização, atendendo-se assim ao dever de informação enunciado no artigo 31, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor", disse.

Quanto à alegação de que a imobiliária teria prometido o cumprimento do prazo de entrega, o relator afirmou que a possibilidade de atrasos é inerente a todo contrato e, por essa razão, o Código Civil dispõe de um título dedicado ao inadimplemento da obrigação e suas consequências.

"Por mais enfático que tenha sido o corretor em exaltar a pontualidade da incorporadora, como alegado na inicial, tal estratégia de vendas não passa de *dolus bonus*, não havendo falar, portanto, em vício no dever de informação", ressaltou o ministro. *Com informações da assessoria de imprensa do Superior Tribunal de Justiça.*



**Clique [aqui](#) para ler o acórdão
REsp 1.827.060**

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2022-mar-14/mencao-propaganda-nao-atrai-culpa-imobiliaria-atraso/>