

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026

(Do Sr. JONAS DONIZETTE)

Altera a Lei nº 4.591, de 16 de dezembro de 1964, para estabelecer os efeitos da utilização conjunta da identificação da incorporadora e da empresa responsável pela comercialização na oferta ou publicidade de empreendimento imobiliário.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 30 da Lei nº 4.591, de 16 de dezembro de 1964, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

“Art. 30.

.....

Parágrafo único. A utilização da logomarca, do nome empresarial ou de qualquer outro elemento de identificação da imobiliária ou empresa responsável pela comercialização em oferta ou campanha publicitária de empreendimento imobiliário, ao lado da identificação da incorporadora, presume, perante o adquirente, a existência de atuação conjunta das empresas em todas as fases da contratação do empreendimento, respondendo solidariamente pelas obrigações decorrentes da oferta e do contrato celebrado.”

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO



O presente Projeto de Lei busca conferir maior proteção ao adquirente de unidade imobiliária em incorporação, fortalecendo os princípios da boa-fé objetiva, da transparência e da confiança legítima nas campanhas publicitárias de empreendimentos imobiliários.

No mercado imobiliário, é prática recorrente que a publicidade dos empreendimentos apresente, lado a lado, a identificação da incorporadora e da empresa responsável pela comercialização, mediante a utilização conjunta de logomarcas, nomes empresariais e outros elementos de identidade visual. Para o consumidor, essa forma de comunicação transmite a percepção de que ambas as empresas participam conjuntamente do empreendimento e assumem responsabilidades perante os adquirentes.

Todavia, ao julgar o Recurso Especial nº 1.827.060/SP, a Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça concluiu que a simples menção à imobiliária na publicidade do empreendimento, ao lado da incorporadora, não é suficiente para caracterizar sua responsabilidade por atraso na entrega da obra. Na ocasião, entendeu-se que a utilização conjunta das marcas serviria apenas para identificar as empresas envolvidas na comercialização e na incorporação, não significando, por si só, atuação conjunta em todas as fases do empreendimento¹.

Embora o entendimento seja compatível com a legislação atualmente vigente, a decisão evidencia uma lacuna normativa quanto aos efeitos jurídicos da publicidade conjunta realizada pelas empresas participantes do empreendimento.

A presente proposição busca suprir essa lacuna ao estabelecer presunção legal de atuação conjunta sempre que a incorporadora e a empresa responsável pela comercialização optarem por apresentar suas identidades visuais de forma integrada na oferta ou na campanha publicitária do empreendimento. Afinal, quem se beneficia da credibilidade decorrente da divulgação conjunta perante o público deve igualmente assumir os efeitos jurídicos da confiança despertada no adquirente.

¹ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. *Menção à imobiliária na propaganda de imóvel em construção não a torna responsável por atraso da obra*. Notícias do STJ, 14 de março de 2022. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/sites/porta/paginas/Comunicacao/Noticias/14032022-Mencao-a-imobiliaria-na-propaganda-de-imovel-em-construcao-nao-a-torna-responsavel-por-atraso-da-obra.aspx>. Acesso em: 7 jul. 2026.



A proposta prestigia a teoria da aparência, amplamente acolhida pelo ordenamento jurídico brasileiro, segundo a qual a confiança legitimamente criada por determinada conduta deve produzir efeitos jurídicos em favor de terceiros de boa-fé. Ao visualizar uma campanha publicitária que apresenta incorporadora e imobiliária em posição de aparente igualdade, o consumidor não possui condições de distinguir a extensão das atribuições internas de cada empresa, formando a legítima expectativa de que ambas integram a mesma cadeia negocial.

Não se pretende impor responsabilidade a empresas que não participem da oferta do empreendimento, mas apenas atribuir consequências jurídicas à opção empresarial de se apresentar ao mercado de forma conjunta, utilizando essa estratégia como instrumento de fortalecimento da confiança do consumidor.

A medida também promove maior segurança jurídica, reduz litígios e incentiva maior transparência nas campanhas publicitárias do setor imobiliário, preservando o equilíbrio das relações de consumo sem restringir a liberdade de organização empresarial.

Diante da relevância da matéria, contamos com o apoio dos ilustres Parlamentares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputado JONAS DONIZETTE

¹ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. *Menção à imobiliária na propaganda de imóvel em construção não a torna responsável por atraso da obra*. Notícias do STJ, 14 de março de 2022. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias/14032022-Mencao-a-imobiliaria-na-propaganda-de-imovel-em-construcao-nao-a-torna-responsavel-por-atraso-da-obra.aspx>. Acesso em: 7 jul. 2026.

