



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 2773912 - SP(2024/0397273-5)

RELATOR : **MINISTRO RAUL ARAÚJO**
AGRAVANTE : **ANTÔNIO CARLOS HADDAD**
AGRAVANTE : **CÉLIA CHAPCHAP HADDAD**
AGRAVANTE : **CYNTHIA COBUCCI HADDAD**
AGRAVANTE : **JOSÉ MIGUEL HADDAD**
AGRAVANTE : **MIGUEL HADDAD NETTO**
AGRAVANTE : **SANDRA CURY HADDAD**
AGRAVANTE : **TILIA EMPREENDIMENTOS LTDA**
ADVOGADOS : **ANTONIO CARLOS PETTO JUNIOR - SP234185**
 GUSTAVO ROBERTO CAVALCANTE DO CARMO - SP455425
 BRUNA GIALORENÇO JULIANO SPINOLA LEAL COSTA -
 SP296997
 JESSICA YASMIN ALVES HACHEM - SP481621
 MÁRIO DE BARROS DUARTE GARCIA - SP058673
 RICARDO LUIZ IASI MOURA - SP175516
AGRAVADO : **CONDOMINIO MASSIMO ALTO DA MOOCA**
ADVOGADOS : **ALESSANDRO SCHIRRMEISTER SEGALLA - SP130765**
 SIMONE SALUM SCHIRRMEISTER SEGALLA - SP318324

EMENTA

DIREITO DO CONSUMIDOR. AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PROPAGANDA ENGANOSA. OBRIGAÇÃO DE FAZER. RELAÇÃO DE CONSUMO. DECADÊNCIA E PRESCRIÇÃO. AGRAVO CONHECIDO PARA NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO ESPECIAL.

1. Agravo em recurso especial interposto contra decisão que inadmitiu recurso especial, no qual se questiona acórdão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo que manteve sentença de procedência em ação de obrigação de fazer, condenando os réus a cumprir oferta publicitária vinculante, consistente na entrega de área verde prometida como parte comum de condomínio edilício.

2. A sentença afastou a decadência e a prescrição previstas no Código de Defesa do Consumidor (arts. 26 e 27), aplicando o prazo decenal do Código Civil (art. 205), reconheceu a relação de consumo e caracterizou propaganda enganosa (art. 37, § 1º, do CDC), vinculando a oferta (art. 30 do CDC). Condenou os réus a entregar a área ao condomínio, com a sentença servindo como título registrável, além de fixar custas e honorários advocatícios em 15% do valor da causa.

3. O acórdão recorrido negou provimento à apelação, manteve a procedência com fundamento na vinculação da oferta e autorizou a execução específica da obrigação (art. 35, I, do CDC), afastando as preliminares de ilegitimidade ativa e passiva, reconheceu a relação de consumo (arts. 2º e 3º do CDC),

majorou os honorários com base no art. 85, § 11, do CPC e entendeu como prequestionada a matéria. Embargos de declaração foram rejeitados por ausência de vícios do art. 1.022 do CPC.

4. A questão em discussão consiste em saber se houve negativa de prestação jurisdicional por omissões não sanadas em embargos de declaração, se os recorrentes lograram demonstrar a vulneração às normas apontadas, e se a pretensão de cumprimento da oferta publicitária está sujeita à decadência ou prescrição previstas no Código de Defesa do Consumidor.

5. O dever de fundamentação do órgão julgador se limita à indicação do direito aplicável para solucionar a controvérsia, sendo suficiente a motivação que afasta as teses formuladas.

6. A ausência de omissões relevantes no acórdão recorrido, capazes de alterar o resultado do julgamento, afasta a alegação de negativa de prestação jurisdicional.

7. A relação de consumo foi corretamente reconhecida, sendo aplicáveis as disposições do Código de Defesa do Consumidor, que vinculam o fornecedor ao cumprimento da oferta publicitária.

8. A propaganda enganosa foi caracterizada pela incompatibilidade entre as informações inseridas na publicidade e a realidade do empreendimento, conforme previsto no art. 37, § 1º, do CDC.

9. O prazo decenal do art. 205 do Código Civil é aplicável à pretensão de cumprimento da oferta publicitária, afastando-se os prazos de decadência e prescrição previstos nos arts. 26 e 27 do CDC.

10. A pretensão dos recorrentes de reexame do suporte fático-probatório é inviável no âmbito do recurso especial, conforme a Súmula 7 do STJ.

11. Agravo conhecido para negar provimento ao recurso especial.

ACÓRDÃO

Vistos e relatados estes autos em que são partes as acima indicadas, acordam os Ministros da QUARTA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, em Sessão Virtual de 03/03/2026 a 09/03/2026, por unanimidade, conhecer do recurso mas lhe negar provimento, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator.

Os Srs. Ministros Maria Isabel Gallotti, Antonio Carlos Ferreira, Luís Carlos Gambogi (Desembargador Convocado do TJMG) e João Otávio de Noronha votaram com o Sr. Ministro Relator.

Presidiu o julgamento o Sr. Ministro João Otávio de Noronha.

Brasília, 11 de março de 2026.

Ministro RAUL ARAÚJO
Relator



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 2773912 - SP(2024/0397273-5)

RELATOR : **MINISTRO RAUL ARAÚJO**
AGRAVANTE : **ANTÔNIO CARLOS HADDAD**
AGRAVANTE : **CÉLIA CHAPCHAP HADDAD**
AGRAVANTE : **CYNTHIA COBUCCI HADDAD**
AGRAVANTE : **JOSÉ MIGUEL HADDAD**
AGRAVANTE : **MIGUEL HADDAD NETTO**
AGRAVANTE : **SANDRA CURY HADDAD**
AGRAVANTE : **TILIA EMPREENDIMENTOS LTDA**
ADVOGADOS : **ANTONIO CARLOS PETTO JUNIOR - SP234185**
 GUSTAVO ROBERTO CAVALCANTE DO CARMO - SP455425
 BRUNA GIALORENÇO JULIANO SPINOLA LEAL COSTA -
 SP296997
 JESSICA YASMIN ALVES HACHEM - SP481621
 MÁRIO DE BARROS DUARTE GARCIA - SP058673
 RICARDO LUIZ IASI MOURA - SP175516
AGRAVADO : **CONDOMINIO MASSIMO ALTO DA MOOCA**
ADVOGADOS : **ALESSANDRO SCHIRRMEISTER SEGALLA - SP130765**
 SIMONE SALUM SCHIRRMEISTER SEGALLA - SP318324

EMENTA

DIREITO DO CONSUMIDOR. AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PROPAGANDA ENGANOSA. OBRIGAÇÃO DE FAZER. RELAÇÃO DE CONSUMO. DECADÊNCIA E PRESCRIÇÃO. AGRAVO CONHECIDO PARA NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO ESPECIAL.

1. Agravo em recurso especial interposto contra decisão que inadmitiu recurso especial, no qual se questiona acórdão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo que manteve sentença de procedência em ação de obrigação de fazer, condenando os réus a cumprir oferta publicitária vinculante, consistente na entrega de área verde prometida como parte comum de condomínio edilício.

2. A sentença afastou a decadência e a prescrição previstas no Código de Defesa do Consumidor (arts. 26 e 27), aplicando o prazo decenal do Código Civil (art. 205), reconheceu a relação de consumo e caracterizou propaganda enganosa (art. 37, § 1º, do CDC), vinculando a oferta (art. 30 do CDC).

Condenou os réus a entregar a área ao condomínio, com a sentença servindo como título registrável, além de fixar custas e honorários advocatícios em 15% do valor da causa.

3. O acórdão recorrido negou provimento à apelação, manteve a procedência com fundamento na vinculação da oferta e autorizou a execução específica da obrigação (art. 35, I, do CDC), afastando as preliminares de ilegitimidade ativa e passiva, reconheceu a relação de consumo (arts. 2º e 3º do CDC), majorou os honorários com base no art. 85, § 11, do CPC e entendeu como prequestionada a matéria. Embargos de declaração foram rejeitados por ausência de vícios do art. 1.022 do CPC.

4. A questão em discussão consiste em saber se houve negativa de prestação jurisdicional por omissões não sanadas em embargos de declaração, se os recorrentes lograram demonstrar a vulneração às normas apontadas, e se a pretensão de cumprimento da oferta publicitária está sujeita à decadência ou prescrição previstas no Código de Defesa do Consumidor.

5. O dever de fundamentação do órgão julgador se limita à indicação do direito aplicável para solucionar a controvérsia, sendo suficiente a motivação que afasta as teses formuladas.

6. A ausência de omissões relevantes no acórdão recorrido, capazes de alterar o resultado do julgamento, afasta a alegação de negativa de prestação jurisdicional.

7. A relação de consumo foi corretamente reconhecida, sendo aplicáveis as disposições do Código de Defesa do Consumidor, que vinculam o fornecedor ao cumprimento da oferta publicitária.

8. A propaganda enganosa foi caracterizada pela incompatibilidade entre as informações inseridas na publicidade e a realidade do empreendimento, conforme previsto no art. 37, § 1º, do CDC.

9. O prazo decenal do art. 205 do Código Civil é aplicável à pretensão de cumprimento da oferta publicitária, afastando-se os prazos de decadência e prescrição previstos nos arts. 26 e 27 do CDC.

10. A pretensão dos recorrentes de reexame do suporte fático-probatório é inviável no âmbito do recurso especial, conforme a Súmula 7 do STJ.

11. Agravo conhecido para negar provimento ao recurso especial.

RELATÓRIO

Trata-se de agravo de ANTONIO CARLOS HADDAD e outros, e de TILIA EMPREENDIMENTOS LTDA contra decisão que inadmitiu recurso especial, interposto com fundamento na alínea "a" do permissivo constitucional, objetando-se decisão, tomada pelo eg. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em acórdão assim ementado (e-STJ, fl. 1019-1051):

"OBRIGAÇÃO DE FAZER PROPAGANDA ENGANOSA - SENTENÇA QUE JULGOU PROCEDENTE A AÇÃO PARA QUE OS RÉUS CUMPRAM A OFERTA APRESENTADA POR OCASIÃO DA VENDA DO IMÓVEL ÁREA VERDE QUE CONSTAVA DE MAQUETE E DE FOLDERS E QUE POSTERIORMENTE NÃO FOI ENTREGUE INSURGÊNCIA DOS REQUERIDOS IMPOSSIBILIDADE PROPAGANDA QUE VINCULA O FORNECEDOR AO SEU CORRETO CUMPRIMENTO APLICAÇÃO DO ART. 35 DO CDC SENTENÇA MANTIDA RECURSO IMPROVIDO".

Os embargos de declaração opostos pelo ora recorrente foram rejeitados (e-STJ, fls. 1011-1016)

Em seu recurso especial (e-STJ, fls. 1019-1051), os recorrentes alegam violação dos seguintes dispositivos de lei federal, com as respectivas teses:

(i) art. 1.022, II; art. 489, § 1º, IV e art. 1.025 ; CPC: teria havido negativa de prestação jurisdicional por omissões não sanadas em embargos de declaração, buscando-se o prequestionamento ficto e, alternativamente, a nulidade do acórdão para que se enfrentassem argumentos potencialmente capazes de infirmar a conclusão.

(ii) Lei 4.591/1964 art. 30, art. 31, § 1º, art. 39 e art. 29; CPC art. 485, VI; CPC art. 373, I: a equiparação do proprietário do terreno ao incorporador somente ocorreria se praticados atos próprios da incorporação; a ausência desses atos implicaria ilegitimidade passiva e não cumprimento do ônus probatório do autor.

(iii) art. 17 e 485, VI, do CPC art.; Código Civil art. 1.339: o condomínio edilício não teria legitimidade ativa para exigir a incorporação de área à parte comum, por se tratar de direito ligado às frações ideais de cada condômino, o que conduziria à extinção do processo sem resolução de mérito.

(iv) CPC art. 341, caput: os documentos e peças publicitárias teriam sido especificamente impugnados na contestação, de modo que a conclusão de não impugnação violaria a regra da necessidade de impugnação específica e vedação de presunção de veracidade.

(v) Código de Defesa do Consumidor art. 26 e art. 27: a pretensão fundada em vício de oferta/propaganda enganosa estaria sujeita à decadência de 90 dias ou, subsidiariamente, à prescrição quinquenal, ambas já consumadas, não se aplicando o prazo decenal do Código Civil.

Contrarrazões ofertadas (e-STJ, fls. 1062-1078).

Em juízo prévio de admissibilidade, o eg. TJSP inadmitiu o apelo nobre (e-STJ, fls. 1130-1132), dando ensejo ao presente agravo (e-STJ, fls. 1135-1169).

Contraminuta oferecida (e-STJ, fls. 1172-1185).

É o relatório.

VOTO

Extraí-se dos autos que, na origem, o condomínio autor alegou haver exercido, há anos, posse lícita e fundada em justo título sobre terreno vizinho ao empreendimento, prometido pela incorporadora como área comum em publicidade e maquete, e propôs ação de obrigação de fazer, com tutela de urgência, para compelir os réus a regularizar a titularidade formal e incorporar o imóvel à área comum do Condomínio Máximo Alto da Mooca, mediante a rerratificação do memorial de incorporação e demais atos registraes.

A sentença afastou a decadência e a prescrição do Código de Defesa do Consumidor (art. 26 e art. 27), aplicou o prazo decenal do Código Civil (art. 205), reconheceu relação de consumo e caracterizou propaganda enganosa (art. 37, § 1, do CDC), vinculando a oferta (art. 30 do CDC). Julgou procedente o pedido inicial e condenou os réus a entregar a área ao condomínio, com a sentença servindo como título registrável, bem como fixou custas e honorários em 15% do valor da causa (e-STJ, fls. 828-835).

No acórdão, a 6ª Câmara de Direito Privado negou provimento à apelação, manteve a procedência com fundamento na vinculação da oferta e autorizou a execução específica da obrigação (art. 35, I, do CDC), afastando as preliminares de ilegitimidade ativa e passiva, reconheceu a relação de consumo (art. 2 e art. 3 do CDC), majorando honorários com base no art. 85, § 11, do CPC, e entendendo como prequestionada a matéria (e-STJ, fls. 965-980). Posteriormente, rejeitou embargos de declaração por ausência dos vícios do art. 1.022 do CPC, registrando a participação da Tilia na incorporação e a não impugnação específica da maquete e folhetos (e-STJ, fls. 1011-1016).

A irresignação não merece prosperar.

De início, examino a alegada violação aos Arts. 1.022, II, 1.025 e 489, §1º, III e IV do CPC. Sustenta-se que o acórdão recorrido teria sido genérico e omissivo, não enfrentando todos os argumentos apresentados nos embargos de declaração. A respeito da alegação de inadequação da tutela jurisdicional, deve-se enfatizar que não se exige do órgão julgador que refute minuciosamente os argumentos formulados pelas partes. O dever de fundamentação se esgota na indicação do direito que entende cabível para solucionar a controvérsia posta no caso concreto, sendo adequada a motivação que, por si só, é suficiente para afastar as teses formuladas.

Apenas as omissões acerca de questões relevantes ao julgamento da causa, as quais, se acolhidas, poderiam alterar o resultado do julgamento, ensejam o provimento do recurso especial por omissão (v.g. AgInt no REsp 1685946/MT, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, julgado em 08/11/2018, DJe 13/11/2018; REsp 1.657.996/RN, Rel. Ministro OG FERNANDES, SEGUNDA TURMA, julgado em 27/6/2017, DJe 30/6/2017; e AgRg no REsp 1.157.099/SP, Rel. Ministro MOURA RIBEIRO, QUINTA TURMA, julgado em 11/3/2014, DJe 19/3/2014).

Outrossim, impende ressaltar que, *"se os fundamentos do acórdão recorrido não se mostram suficientes ou corretos na opinião do recorrente, não quer dizer que eles não existam. Não se pode confundir ausência de motivação com fundamentação contrária aos interesses da parte"* (AgRg no Ag 56.745/SP, Rel. Ministro CESAR ASFOR ROCHA, DJ de 12/12/1994). Nesse sentido, confirmam-se os seguintes julgados: REsp 209.345/SC, Rel. Ministro JOÃO OTÁVIO DE NORONHA, DJ de 16/5/2005; REsp 685.168/RS, Rel. Ministro JOSÉ DELGADO, DJ de 2/5/2005.

Desse modo, não se vislumbra a existência de nenhum dos vícios dos arts. Art. 1.022, II, 1025 e 489, §1º, III e IV do CPC.

Entendo que os recorrentes não lograram demonstrar a pretendida vulneração às normas do art. 30, art. 31, § 1º, art. 39 e art. 29; todos da Lei 4.591/1964; do art. 485, VI, ART. 341 e art. 373, I, todos do CPC, assim, como do art. 1339 do Código Civil, tendo em vista que o Acórdão do Tribunal de origem foi proferido com fundamentação suficiente e adequada em ação cível de natureza consumerista.

Na verdade, o Acórdão objurgado confirmou a condenação dos recorrentes a cumprir a obrigação de fazer consistente na entrega de área de uso comum em obra de incorporação em condomínio, a partir do reconhecimento de propagando enganosa e do afastamento das prejudiciais de mérito de prescrição e de decadência.

Para melhor compreensão da controvérsia, entendo como relevante destacar os trechos do Acórdão objurgado, a seguir transcritos (e-STJ, fls. 970-979):

“(...) Em que pesem as razões apresentadas pelos apelantes, a sentença resolveu corretamente a questão devendo ser mantida pelos seus próprios fundamentos, nos termos do art. 252 do Regimento Interno desta Corte(...) Assim, adoto as razões esposadas pela r. sentença:

“Trata-se de ação de obrigação de fazer, visando à incorporação da área descrita na inicial ao condomínio autor. Afasto inicialmente a alegação de decadência e prescrição, que os réus fundaram nos artigos 26 e 27 do Código do Consumidor. O prazo decadencial do artigo 26 aplica-se à ação que visa a reclamação contra vício aparente ou oculto que torne o bem impróprio ao consumo, do que aqui não se trata. . O prazo quinquenal do artigo 27 refere-se à ação de reparação de danos causados por fato do produto, do que também não se cogita. O prazo aqui, portanto, é o decenal do artigo 205 do Código Civil. É dos autos que o terreno em litígio é vizinho ao condomínio autor, e, segundo a inicial, foi prometido como área comum na incorporação realizada pela requerida Tilia, cujos sócios são os corréus pessoas físicas, proprietários da área. Pois bem. Tendo sido rejeitadas as preliminares de falta de interesse processual e ilegitimidade ativa e passiva, não há questionar-se sobre a possibilidade de o condomínio pleitear a incorporação da área comum prometida pela incorporadora a bem de seus condôminos, ou de sua transferência, pelos réus proprietários, para que passe a efetivamente produzida. ... As fotografias da maquete, a fls.07 e 95, não foram impugnadas e indicam a área em questão, pintada de verde dentro do imóvel incorporado sem qualquer ressalva. A fls.95 vê-se também demonstram a área, cercada pelo condomínio. O e-mail de fls. 135/6, marcando assembleia para tratar do assunto, também comprova com segurança que vários condôminos adquiriram seus imóveis sob a promessa feita pela vendedora de que a área pertencia ao condomínio, e sob a visualização da maquete contendo o local como área verde comum, e só souberam do contrário em 2014, razão pela qual foi efetivada proposta de compra, o que não exclui o direito à entrega do produto prometido. Da sentença proferida na ação de reintegração de posse movida pelos réus contra o autor, lê-se a construtora da qual os réus são sócios entregou ao condomínio a posse da área(fl. 306), o que corrobora a alegação de que fora de fato prometida quando do anúncio do empreendimento. Não altera o julgamento do feito o fato de não serem a incorporadora, ou sequer os réus pessoas físicas, proprietários do imóvel na época da oferta, dado que os réus somente adquiriram a propriedade por usucapião após a

incorporação, tendo sido o v acórdão datado de 17/5/2011 e carta de adjudicação registrada em 01/10/2013(fls.482). Em havendo oferta enganosa, exsurge a obrigação de honrá-la, com a entrega do produto tal qual prometido pelo fornecedor, até porque são os réus pessoas físicas atualmente seus proprietários. A incompatibilidade entre as informações inseridas na publicidade feita pela ré por meio de maquete contendo a área pintada de verde dentro do terreno condomínio, sem qualquer ressalva e mais, tendo afirmado por meio de seus vendedores, engenheiros ou corretores tratar-se de área verde comum, e a realidade, caracteriza propaganda enganosa, conforme o art. 37, §1º. do Código de Defesa do Consumidor: "É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços." Como se lê, a publicidade, que por qualquer modo, incluindo a omissão, for capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidades, propriedades, integrar a área comum do autor. Não obsta, tampouco, a pretensão do autor o fato de não dispor de título que o torne proprietário do imóvel, dado que se trata de ação fundada na efetivação de oferta a vincular a incorporadora ré e seus sócios corréus, nos termos dos artigos 30 e 31 do Código do Consumidor. Pela mesma razão, não importa que sejam os réus os titulares do imóvel, ou que se tenham sagrado vencedores em ação reivindicatória ajuizada contra o autor. Há relação de consumo entre as partes, sendo a requerida Tília fornecedora da incorporação do condomínio, e os corréus seus sócios e proprietários do imóvel visado pelos autores, de modo que, como já se decidiu, estão bem alojados no polo passivo da ação. A prova oral, por sua vez, destinou-se a dirimir o ponto controvertido respeitante à existência ou não de propaganda enganosa, a determinar a aplicação dos artigos 30 e 31 do Código do Consumidor. A prova cabia ao autor, nos termos do artigo 373,I do CPC, e foi origem, preço e quaisquer dados sobre os serviços, caracteriza-se como enganosa. Assim, conforme o princípio da vinculação, a propaganda veiculada pela ré por meio da maquete da incorporação e por meio de seus vendedores e corretores, vem obrigá-la a entregar exatamente aquilo que prometeu, que neste caso corresponde à porção litigiosa, a fim de que passe a pertencer à área comum do condomínio. A esse respeito, dispõe o art. 30 do Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado”.

Diante desse quadro, não importa que a área questionada não constasse do memorial de incorporação ou da planta aprovada, visto que nisso mesmo é que consistiu a propaganda enganosa. O terreno não pertencia à incorporação do condomínio, mesmo assim foi prometido aos compradores condôminos do autor pela ré, que veiculou propaganda fazendo crer que se tratava de área comum, de modo que deve ser efetivamente entregue. No memorial, por sua vez, não houve qualquer ressalva quanto ao paisagismo demonstrado na maquete, que portanto deve integrar a incorporação, vinculando a ré. Daí a procedência da ação.” Texto na íntegra.

Em seu reclamo recursal, os apelantes argumentam que não se trata de relação de consumo; no entanto, a discussão é exatamente sobre a existência de relação de consumo. Ela assenta exatamente a obrigação de fazer dos autores e define também a alegação de prescrição e decadência aventada pelos apelantes. Ademais, estabelece a legitimidade passiva da Tilia Empreendimentos. Sim, trata-se de relação de consumo, nos exatos moldes do art. 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor. Então nos resta a questão da publicidade. Conforme descrito na inicial, durante a venda dos imóveis ainda na planta, isto é, antes mesmo de erigido o edifício, houve propaganda, estande de vendas, vendedores a postos para atrair e finalizar as vendas necessárias, como ocorre em todo empreendimento imobiliário realizado hodiernamente. Salvo raríssimas exceções, é a venda da totalidade ou de grande parte do empreendimento que o viabiliza. A publicidade, pois, torna-se fundamental. Note-se que aqui, a localidade, a disposição das torres, acessos, metragem dos apartamentos, quantidade de suítes, banheiros, tamanho da cozinha, vagas de garagem e espaço para lazer, ou seja, questões físicas do empreendimento, particulares e comuns, é que pesarão na escolha do consumidor. Por este motivo, é importante a observância da publicidade na relação de consumo em aquisições de imóveis de empreendimentos imobiliários. Aqui a publicidade foi determinante, e neste sentido tratou-se de uma propaganda enganosa. Ainda que consideradas como simples informantes, as testemunhas trouxeram aos autos a informação sobre a venda e a forma como se desenrolou a ideia de que a parte do imóvel em litígio era parte integrante do condomínio. O que todos relataram foi corroborado pelas provas dos autos, fotos, maquetes e folhetos apresentados durante a instrução processual. Tais pontos, aliás, não foram impugnados pelos apelantes quando da contestação. Salienta-se, inclusive, que uma delas foi taxativa em informar que ao questionar o vendedor sobre a área, foi comunicada de que fazia parte de área verde obrigatória pertencente ao condomínio (fls. 795). Corroborando a alegação de todos os que estiveram em Juízo, o e-mail marcando a assembleia para tratar da área que até então era de conhecimento de todos como área comum do condomínio, inclusive assim sendo utilizado. A despeito da alegação de que não havia acesso pelo condomínio, tal afirmação não é verdadeira. Fotos do local apresentam o portão e a utilização pelo condomínio da área comum e, se o acesso era restrito e proibido aos condôminos, deveria haver missivas entre as partes postulando a utilização em alguns eventos e situações específicas, até mesmo para que se pudesse ter acesso físico ao local. Às fls. 884, aliás, encontra-se foto do portão com acesso pela parte interna do condomínio. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/sgcr/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1124638-89.2017.8.26.0100 e código 231E2C81. Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por MARCIA LOURENCO MONASSI, liberado nos autos em 19/10/2023 às 15:38 fls. 11 (e-STJ Fl.975) Documento recebido eletronicamente da origem TRIBUNAL DE JUSTIÇA PODER JUDICIÁRIO São Paulo 12 Apelação n.º 1124638-89.2017.8.26.0100 Voto n.º 00199 - JC Ademais, outra questão é o fato de que as partes externas do empreendimento estão todas muradas e com uma fachada única, com muro que se acredita ser superior a 2 metros de altura. Ora, qual seria a lógica do empreendimento e da incorporadora, ao colocar gradis que pudessem ser superados por qualquer pessoa de estatura mediana ao longo de toda divisa do terreno em questão com o condomínio autor? Seria no mínimo incongruente e facilitaria tanto a invasão da área quanto a invasão do condomínio por aqueles que tivessem acesso ao terreno que, alegam os apelantes, não pertencia ao condomínio. Note-se mais, a propaganda apresentada pelos réus mostra a área verde integrada ao condomínio, inclusive com a presença de paisagismo na área que ora se discute, contendo diversas árvores e arbustos, como se fosse um parque, uma área verde recreativa dentro do perímetro comum do empreendimento. Portanto, houve propaganda enganosa, na medida em que os apelantes venderam aos consumidores a ideia de que a área era do condomínio, fato este corroborado pela própria apresentação de ilustração realizada pela construtora, seja pelas fotos do local com gradis que não delimitam a

diferença de propriedade, somente o acesso diferenciado para que animais ou crianças não atravessassem de um lado para o outro, ou ainda, seja pela maquete apresentada, que por sua vez, também não foi impugnada pelos apelantes em sua contestação. Todos estes fatos e provas, ainda que se elimine qualquer testemunho, denotam a propaganda enganosa. Quanto à questão do prazo, este de fato, é decenal, nos termos do art. 205 do Código Civil, já que os prazos aventados pelos apelantes, tratam de vícios aparentes ou ocultos (art. 26 do CDC) e na ação de reparação de danos (art. 27 do CDC), que não é o caso dos autos. Reitero, trata-se de ação de obrigação de fazer. Como demonstrado na decisão do Magistrado a quo, a questão foi debatida e esmiuçada, por diversas vezes. De todo ângulo que se verifique este prisma, a sentença merece ser mantida pelos seus próprios fundamentos. Neste sentido, sendo enganosa a propaganda, o consumidor tem o direito de exigir seu cumprimento. Nos casos regidos pelo Código Civil, a recusa das ofertas se resolve em perdas e danos. No Código de Defesa do Consumidor, porém, ocorre a execução forçada, nos termos do seu art. 35, I:

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha: I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade; (...)

Por fim, o resultado das ações anteriores não atinge esta ação, posto que a discussão da posse e da propriedade nas ações anteriores não afetou o resultado desta demanda, que versa exclusivamente sobre oferta/propaganda enganosa. As questões aventadas nas outras ações só serviram para infirmar/corroborar a ideia de que os condôminos receberam a oferta, como alegaram. De rigor, portanto a manutenção da sentença”.

Na verdade, o eventual acolhimento da pretensão deduzida pelos recorrentes, em especial quanto ao questionamento da força probante dos os documentos e peças publicitárias que foram objeto de impugnação específica em contestação, importaria em inquestionável revolvimento do suporte fático-probatório tido como demonstrado pelo Acórdão objurgado, que se revela inviável no âmbito do apelo nobre, ante a incidência do óbice da Súmula 7 do STJ: “A pretensão de simples reexame de prova não enseja recurso especial”.

Assim, entendo como satisfatória e fundamentada a solução da controvérsia em decorrência do acórdão recorrido, destacando-se ainda que os recorrentes – na verdade – não correlacionaram eficientemente os argumentos recursais aos dispositivos apontados como violados (AgRg no AREsp n. 572.553/DF, relator Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 12/2/2015, DJe de 19/2/2015).

A mera referência aos dispositivos legais sem a suficiente fundamentação demonstradora da violação ou negativa de vigência dos dispositivos legais resulta no desconhecimento do recurso especial (Agravado em Recurso Especial 1871253/DF, Relator Ministro Marco Buzzi, in DJe de 09.08.2022).

Vale lembrar que este STJ não é uma terceira instância (AgInt no AREsp n. 1.343.618/PR, relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma, julgado em 5/6/2023, DJe de 9/6/2023) revisora de fatos, mas sim uma corte de precedentes cuja competência recursal precípua reside na interpretação da lei federal e na uniformização da jurisprudência em nível infraconstitucional.

Ante todo o exposto, conheço do agravo para negar provimento ao Recurso Especial.

Honorários advocatícios recursais majorados no percentual de 2% sobre o montante fixado nas instâncias ordinárias.

É como voto.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

TERMO DE JULGAMENTO QUARTA TURMA

AREsp 2.773.912 / SP
PROCESSO ELETRÔNICO

Número Registro: 2024/0397273-5

Número de Origem:

11246388920178260100 1124638892017826010050000 20240000206103

Sessão Virtual de 03/03/2026 a 09/03/2026

Relator

Exmo. Sr. Ministro RAUL ARAÚJO

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro JOÃO OTÁVIO DE NORONHA

Secretário

Dra. TERESA HELENA DA ROCHA BASEVI

AUTUAÇÃO

AGRAVANTE : ANTÔNIO CARLOS HADDAD

AGRAVANTE : CÉLIA CHAPCHAP HADDAD

AGRAVANTE : CYNTHIA COBUCCI HADDAD

AGRAVANTE : JOSÉ MIGUEL HADDAD

AGRAVANTE : MIGUEL HADDAD NETTO

AGRAVANTE : SANDRA CURY HADDAD

AGRAVANTE : TILIA EMPREENDIMENTOS LTDA

ADVOGADOS : MÁRIO DE BARROS DUARTE GARCIA - SP058673

RICARDO LUIZ IASI MOURA - SP175516

BRUNA GIALORENÇO JULIANO SPINOLA LEAL COSTA -
SP296997

GUSTAVO ROBERTO CAVALCANTE DO CARMO - SP455425

JESSICA YASMIN ALVES HACHEM - SP481621

ANTONIO CARLOS PETTO JUNIOR - SP234185

AGRAVADO : CONDOMINIO MASSIMO ALTO DA MOOCA

ADVOGADOS : ALESSANDRO SCHIRRMEISTER SEGALLA - SP130765

SIMONE SALUM SCHIRRMEISTER SEGALLA - SP318324

ASSUNTO : DIREITO CIVIL - COISAS - PROPRIEDADE

TERMO

A QUARTA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, em Sessão Virtual de 03/03/2026 a 09/03/2026, por unanimidade, decidiu conhecer do recurso mas lhe negou provimento, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator.

Os Srs. Ministros Maria Isabel Gallotti, Antonio Carlos Ferreira, Luís Carlos Gambogi (Desembargador Convocado do TJMG) e João Otávio de Noronha votaram com o Sr. Ministro Relator. Presidiu o julgamento o Sr. Ministro João Otávio de Noronha.

Brasília, 09 de março de 2026