

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min****SENTENÇA**

Processo Digital nº: **1012301-78.2025.8.26.0068**  
Classe - Assunto: **Procedimento Comum Cível - Oferta e Publicidade**  
Requerente: **Msa Empresa Cinematográfica Ltda e outros**  
Requerido: **Zamp SA**

Juiz(a) de Direito: Dr(a). JOAO GUILHERME PONZONI MARCONDES

Vistos.

MSA EMPRESA CINEMATOGRAFICA LTDA.; EMPRESA CINEMATOGRAFICA ARAÚJO LTDA.; EMPRESA CINEMATOGRAFICA ARAÇATUBA LTDA. e CINEMAS ALVORADA DIVERSÕES LTDA. propuseram AÇÃO DECLARATÓRIA CUMULADA COM OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER contra ZAMP S/A, partes qualificadas nos autos.

Em síntese, afirmaram que a ré lançou a campanha publicitária "BK no Cinema é de Lei", estampando em suas embalagens o teor do art. 39, I, do Código de Defesa do Consumidor, com o objetivo de induzir consumidores a ingressar nas salas de cinema com seus produtos e sugerir que eventual impedimento configuraria venda casada. A campanha é enganosa, deturpa o conteúdo legal, contraria a jurisprudência pátria e viola as normas internas das autoras, que proíbem alimentos gordurosos e de odor intenso por razões sanitárias e estruturais. Pediu a concessão de tutela de urgência para retirada imediata da campanha de todos os meios de veiculação, o reconhecimento da legalidade da política interna das autoras, a condenação da ré à obrigação de cessar a campanha e, subsidiariamente, a declaração de invalidade da propaganda nos locais de atuação do Grupo Cine Araújo. Juntaram documentos às fls. 25-99.

A tutela de urgência foi concedida. Determinou-se que a ré retirasse a campanha publicitária do ar nos municípios de atuação das autoras (Botucatu, Ribeirão Preto e Rio Branco/AC) em 48h, sob pena de multa diária de R\$ 10.000,00 limitada a R\$ 500.000,00 (fls. 100-102).

As autoras opuseram embargos de declaração para que a imposição dos efeitos da tutela de urgência abrangesse todas as unidades de cinema operadas (filiais)

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min**

(fls. 106-107).

Os embargos foram acolhidos. Determinou-se que a ré retirasse a campanha publicitária do ar nos municípios nos quais as autoras operem unidade de cinema - incluindo as filiais (fl. 109).

A autora apresentou emenda à inicial a fim de corrigir o polo passivo para ZAMP S/A (fls. 115-116).

A emenda à inicial foi recebida (136).

A requerida se manifestou às fls. 141-143. Destacou que a campanha publicitária já havia sido integralmente encerrada no dia 10/6/25; antes do deferimento da liminar. Juntou documentos e procuração às fls. 144-231.

Citada (232), a ré contestou (fls. 233-240), sob os seguintes argumentos: i) perda superveniente do objeto da ação; as ofertas foram válidas do dia 21/5/2025 a 10/6/2025 – período anterior ao da intimação da decisão liminar; ii) a campanha publicitária não induz ao erro nem viola a política da autora; o conteúdo da campanha se limitou a divulgar, de forma genérica e impessoal, um direito do consumidor amplamente reconhecido no ordenamento jurídico brasileiro; iii) em nenhum momento a ré veiculou conteúdo publicitário direcionado à empresa autora. A campanha em questão não faz menção, direta ou indireta, à rede Cine Araújo, tampouco emitiu juízo de valor sobre sua política interna de acesso às salas de cinema. Pediu o reconhecimento da perda do objeto ou improcedência da demanda.

As autoras apresentaram réplica à contestação (fls. 241-247). Juntaram documento à fl. 248.

Instadas à especificação de provas, as autoras pugnaram pelo julgamento antecipado da lide (fls. 253-254); a ré se manifestou às fls. 255-257 e juntou documento às fls. 258-261.

É o relatório. Fundamento e decido.

Desnecessária a realização de instrução probatória, nos termos do art. 355, inciso I, do Código de Processo Civil, uma vez que as questões em discussão neste

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min**

processo são de direito ou prescindem de maiores provas, dado o acervo constante dos autos.

Neste sentido, o Excelso Supremo Tribunal Federal há muito se posicionou no sentido de que a necessidade de produção de prova deve ser manifesta para que o julgamento antecipado da lide implique cerceamento de defesa. A antecipação, assim, é legítima se os aspectos decisivos da causa estão suficientemente líquidos para embasar o convencimento do magistrado (RTJ 115/789).

Também o Colendo Superior Tribunal de Justiça ponderou que "o julgamento antecipado da lide, por si só, não caracteriza cerceamento de defesa, já que cabe ao magistrado apreciar livremente as provas dos autos, indeferindo aquelas que considere inúteis ou meramente protelatórias" (STJ.- 3ª Turma, Resp 251.038/SP, j. 18.02.2003, Rel. Min. Castro Filho).

Esta é, inclusive, a orientação deste Egrégio Tribunal de Justiça Paulista: "O Juiz somente está obrigado a abrir a fase instrutória se, para o seu convencimento, permaneceram os fatos controvertidos, pertinentes e relevantes, passíveis de prova testemunhal ou pericial" (JUTACSP - Lex 140/285, Rel. Des. Boris Kauffman).

A controvérsia consiste em definir: (i) se a política adotada pelas autoras, consistente na restrição de ingresso com determinados alimentos adquiridos fora do estabelecimento, é lícita à luz do Código de Defesa do Consumidor; e (ii) se a campanha publicitária promovida pela ré, intitulada "BK no Cinema é de Lei", configura publicidade enganosa ou ilícita.

As autoras sustentam que a campanha deturpa o conteúdo do art. 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor e induz o consumidor a acreditar que teria direito irrestrito de ingressar nas salas de cinema com quaisquer alimentos adquiridos externamente. Argumentam, ainda, que a política interna por elas adotada é legítima, pois não proíbe alimentos externos em geral, restringindo apenas aqueles considerados inadequados ao ambiente da sala de cinema, tais como alimentos gordurosos, com molhos ou de odor intenso.

A tese não procede.

Inicialmente, é necessário delimitar o alcance da jurisprudência



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min**

consolidada acerca da matéria.

O Superior Tribunal de Justiça firmou entendimento no sentido de que a proibição de ingresso em cinemas com produtos idênticos ou similares aos comercializados no interior do estabelecimento configura prática abusiva, por restringir indevidamente a liberdade de escolha do consumidor. Nesse sentido:

“(…) Ao compelir o consumidor a comprar dentro do próprio cinema todo e qualquer produto alimentício, o estabelecimento dissimula uma venda casada (art. 39, I, do CDC), limitando a liberdade de escolha do consumidor (…)” (REsp 1.331.948/SP, Rel. Min. Ricardo Villas Bôas Cueva, j. 14.06.2016).

O fundamento central desse entendimento reside na proteção da liberdade de escolha do consumidor, expressamente prevista no art. 6º, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor.

A partir desse parâmetro, discute-se, na presente demanda, se seria legítima uma política que não proíbe genericamente alimentos externos, mas apenas determinados tipos considerados inadequados ao ambiente da sala de cinema.

É certo que o fornecedor possui autonomia para organizar a prestação do serviço que oferece. Em tese, portanto, restrições justificadas por razões objetivas – como segurança, higiene ou preservação do ambiente coletivo – poderiam ser admitidas.

Contudo, tais limitações somente são legítimas quando fundadas em critérios claros, objetivos e funcionalmente relacionados à natureza do serviço prestado.

No caso concreto, a política invocada pelas autoras revela fragilidade quando analisada sob essa perspectiva.

As autoras afirmam permitir a entrada com alimentos similares aos vendidos em suas *bombonieres*, como pipoca, doces e refrigerantes, vedando apenas alimentos “gordurosos”, “com molhos” ou “de odor forte”.

Todavia, essa distinção mostra-se pouco consistente.

A pipoca, principal produto comercializado em cinemas, é notoriamente



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min**

um alimento gorduroso e dotado de odor característico. Ainda assim, seu consumo é amplamente estimulado pelas próprias empresas do setor. O mesmo se pode dizer de diversos outros produtos comumente vendidos em *bombonieres* de cinemas, os quais também possuem odor perceptível ou conteúdo gorduroso.

Assim, o critério adotado não se revela objetivamente verificável nem guarda relação necessária com a preservação do ambiente da sala de cinema.

Mais do que isso, a experiência comum demonstra que redes de cinema frequentemente comercializam uma ampla variedade de alimentos – incluindo sanduíches, salgados, *nachos*, *hot dogs* e outros produtos preparados – o que evidencia que o ambiente não é, por sua natureza, incompatível com alimentos distintos da tradicional pipoca.

Nessas circunstâncias, a restrição acaba assumindo contornos predominantemente econômicos, na medida em que tende a limitar o consumo a produtos equivalentes àqueles comercializados pelo próprio estabelecimento.

A política defendida pelas autoras parte da premissa de que seria legítimo permitir apenas o ingresso com alimentos “similares” àqueles comercializados em suas *bombonieres*, vedando os demais. Entretanto, a adoção desse parâmetro revela dificuldade lógica e jurídica quando examinada de forma mais detida.

Se o critério determinante for a similaridade com os produtos vendidos no próprio estabelecimento, o alcance do direito do consumidor passaria a depender exclusivamente da estratégia comercial adotada pela empresa. Em outras palavras, o conteúdo da liberdade de escolha do consumidor seria definido unilateralmente pelo fornecedor.

Tal consequência revela-se incompatível com a lógica do Código de Defesa do Consumidor.

Com efeito, nada impediria, nessa linha de raciocínio, que determinada rede de cinemas decidisse comercializar apenas dois produtos específicos – por exemplo, pipoca salgada e refrigerante – e, com base nessa escolha empresarial, passasse a admitir somente o ingresso com esses mesmos itens adquiridos externamente. Produtos igualmente comuns e compatíveis com o ambiente do cinema, como pipoca doce,

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min**

sucos ou outros alimentos leves, poderiam então ser vedados sob o argumento de que não são "similares" aos comercializados internamente.

Levando-se essa lógica ao limite, seria igualmente possível que um estabelecimento optasse por vender exclusivamente água mineral e, com fundamento nessa decisão empresarial, restringisse o ingresso com qualquer outro tipo de alimento ou bebida trazido pelo consumidor.

Em todos esses cenários hipotéticos, o critério de restrição permaneceria formalmente o mesmo – a suposta similaridade com os produtos vendidos no interior do estabelecimento –, mas o resultado prático seria a progressiva compressão da liberdade de escolha do consumidor.

A consequência inevitável seria permitir que o fornecedor definisse, de maneira unilateral e variável, o alcance de um direito que o ordenamento jurídico busca justamente proteger.

Não se mostra razoável admitir que o grau de liberdade do consumidor dependa exclusivamente do portfólio comercial escolhido pelo estabelecimento em determinado momento. Caso contrário, bastaria ao fornecedor restringir a variedade de produtos vendidos internamente para, por via reflexa, limitar de forma cada vez mais ampla o ingresso de alimentos externos.

O mesmo raciocínio evidencia outro aspecto relevante: a ausência de demonstração de que os alimentos proibidos apresentariam características objetivamente incompatíveis com o ambiente da sala de cinema.

As autoras sustentam que a restrição se justificaria por razões de higiene, conforto ou preservação do ambiente. Entretanto, não há nos autos qualquer prova técnica ou empírica capaz de demonstrar que os alimentos cuja entrada se pretende vedar produziram impactos significativamente distintos daqueles já decorrentes do consumo dos próprios produtos comercializados no local.

Como já observado, a pipoca – principal produto associado à experiência cinematográfica – é, em regra, preparada com manteiga ou óleo, sendo, portanto, alimento gorduroso e dotado de odor característico. Ainda assim, seu consumo é amplamente incentivado pelas próprias empresas do setor.

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min**

Diante disso, não se evidencia de que forma o consumo de outros alimentos leves, como sanduíches, salgados ou lanches semelhantes, produziria efeitos substancialmente diversos sob a perspectiva da higiene ou da manutenção do ambiente.

A distinção invocada pelas autoras não encontra respaldo em critérios técnicos objetivos, permanecendo apoiada em classificações genéricas e indeterminadas, como "odor forte" ou "alimentos gordurosos", que não se mostram aptas a estabelecer parâmetros claros e verificáveis.

Nesse contexto, a restrição pretendida acaba por assumir contornos essencialmente econômicos, na medida em que tende a privilegiar o consumo dos produtos comercializados pelo próprio estabelecimento.

O Código de Defesa do Consumidor, contudo, não admite que a liberdade de escolha do consumidor seja restringida com base em critérios arbitrários ou definidos exclusivamente pelo interesse comercial do fornecedor.

Assim, ausente demonstração concreta de que os alimentos cuja entrada se pretende vedar comprometeriam de modo relevante a higiene, a segurança ou o regular funcionamento do serviço prestado, não se justifica a imposição de restrições que, na prática, limitam de forma excessiva o exercício da liberdade de escolha do consumidor.

Tal resultado aproxima-se da lógica da prática vedada pelo art. 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor, que proíbe o condicionamento do fornecimento de produtos ou serviços à aquisição de outro produto ou serviço.

Embora a política das autoras procure formalmente afastar a proibição absoluta de alimentos externos, o critério adotado não apresenta justificativa objetiva suficientemente robusta para restringir a liberdade de escolha do consumidor.

A proteção conferida pelo Código de Defesa do Consumidor exige que eventuais limitações impostas pelo fornecedor sejam justificadas por valores juridicamente relevantes e claramente demonstrados, o que não se verifica no caso concreto.

Passa-se, então, ao exame da campanha publicitária questionada.

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min**

As autoras sustentam que a campanha intitulada “BK no Cinema é de Lei”, ao mencionar o art. 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor, induziria o consumidor a erro ao sugerir que qualquer restrição imposta por cinemas seria ilegal.

Também nesse ponto não assiste razão às autoras.

A campanha publicitária, conforme demonstrado nos autos, limitou-se a utilizar a expressão “é de lei” – expressão frequentemente empregada na linguagem publicitária com sentido coloquial de costume, hábito ou tradição – associando-a à menção ao dispositivo legal que trata da prática de venda casada.

Não há, contudo, afirmação direta de que determinada rede de cinemas estaria praticando conduta ilícita, tampouco menção específica às autoras ou às suas políticas internas.

A publicidade comercial admite certo grau de exagero retórico e linguagem persuasiva, próprios do *marketing* contemporâneo. O ordenamento jurídico apenas coíbe a publicidade que seja objetivamente falsa ou capaz de induzir o consumidor a erro quanto às características do produto ou serviço oferecido.

No presente caso, a campanha não divulga informação factual incorreta. Limita-se a sugerir, em tom provocativo ou paródico, determinada interpretação de norma jurídica que, ademais, encontra respaldo em parcela significativa da jurisprudência e da doutrina consumerista.

Eventual divergência interpretativa acerca do alcance do art. 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor não transforma automaticamente a manifestação publicitária em publicidade enganosa.

A interpretação e a aplicação das normas jurídicas são matérias inerentemente debatidas no âmbito social e institucional, não sendo possível qualificar como ilícita toda manifestação comercial que se apoie em leitura plausível do ordenamento jurídico.

Desse modo, ausente demonstração de falsidade objetiva ou de indução efetiva do consumidor em erro quanto às características do produto ou serviço oferecido pela ré, não se configura a publicidade enganosa prevista no art. 37 do Código de



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE BARUERI

FORO DE BARUERI

4ª VARA CÍVEL

RUA DES. CELSO LUIZ LIMONGI, 84, Barueri - SP - CEP 06400-000

**Horário de Atendimento ao Público: das 13h00min às 17h00min**

Defesa do Consumidor.

Por essas razões, conclui-se que: (i) a política restritiva invocada pelas autoras não apresenta fundamento suficientemente objetivo para limitar a liberdade de escolha do consumidor; e (ii) a campanha publicitária promovida pela ré não configura publicidade enganosa ou ilícita.

Demais disso, a requerida demonstrou documentalmente o término da veiculação da campanha publicitária em 10/6/2025. O acervo probatório não demonstra desobediência continuada após a ciência válida da ordem, com veiculações oficiais específicas e identificadas. A repercussão espontânea da campanha na *internet* ou o uso residual de embalagens já em circulação não configuram, por si, violação à ordem judicial.

De qualquer modo, improcedentes os pedidos, é o caso de revogação da tutela provisória concedida, de maneira que a alegação de descumprimento cai por terra.

**DISPOSITIVO.**

Ante o exposto, com fundamento no art. 487, inciso I, do Código de Processo Civil, julgo IMPROCEDENTES os pedidos formulados e extingo o processo, com resolução do mérito.

Dada a improcedência, revogo a tutela provisória.

Condeno a parte autora ao pagamento das custas e despesas processuais, além de honorários advocatícios, que fixo, por apreciação equitativa, no valor de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

P.I.C.

Barueri, 12 de março de 2026.

**DOCUMENTO ASSINADO DIGITALMENTE NOS TERMOS DA LEI 11.419/2006,  
CONFORME IMPRESSÃO À MARGEM DIREITA**