



SINDICATO DOS COMISSÁRIOS, CONSIGNATÁRIOS E EMPRESAS DE LOCAÇÃO DE BENS MÓVEIS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
[www.sincoerj.com.br](http://www.sincoerj.com.br) [sincoerj@sincoerj.com.br](mailto:sincoerj@sincoerj.com.br)

**Ano II - COMUNICADO 74 – Quinta-feira, 10 de outubro de 2019**

**FEBRALOT NOTIFICA EXTRAJUDICIALMENTE O BANCO SANTANDER**

**CAMPANHA PUBLICITÁRIA COMPARATIVA IRREGULAR**

**PARA VENDA DE TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO**

Prezado Empresário,

Face campanha publicitária irregular, FEBRALOT notifica, extrajudicialmente, o Banco Santander.

Veja a nota na íntegra.

A DIRETORIA



Of. FEBRALOT Nº 065/2019

Brasília, 09 de Outubro de 2019

À  
DIREÇÃO DO BANCO SANTANDER (BRASIL) S.A. SR. SERGIO  
AGAPITO LIRES RIAL  
D.D. PRESIDENTE

**Assunto: CAMPANHA PUBLICITÁRIA COMPARATIVA IRREGULAR  
PARA VENDA DE TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO**

**FEDERAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS LOTÉRICAS – FEBRALOT**, entidade sindical de 2º grau, regularmente registrada no Ministério do Trabalho para representar a categoria econômica das empresas lotéricas, em âmbito nacional, com CNPJ nº 04.437.933/0001-00, e sediada no SCS – QD 06 – BL A – No. 110 – Edifício Arnaldo Vilares  
- Asa Sul - Brasília/DF – CEP 70.324-900, no uso das suas prerrogativas legais e constitucionais, vem, respeitosamente, por meio desta,



SINDICATO DOS COMISSÁRIOS, CONSIGNATÁRIOS E EMPRESAS DE LOCAÇÃO DE BENS MÓVEIS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
www.sincoerj.com.br [sincoerj@sincoerj.com.br](mailto:sincoerj@sincoerj.com.br)

**Ano II - COMUNICADO 74 – Quinta-feira, 10 de outubro de 2019**

**FEBRALOT NOTIFICA EXTRAJUDICIALMENTE O BANCO SANTANDER**

**CAMPANHA PUBLICITÁRIA COMPARATIVA IRREGULAR**

**PARA VENDA DE TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO**

**NOTIFICAR EXTRAJUDICIALMENTE**

a instituição financeira, BANCO SANTANDER (BRASIL) S.A., com CNPJ nº 90.400.888/0001-42, situada na Av Presidente Juscelino Kubitschek, 2041, E 2235 - Bloco A, Vila Olímpia, São Paulo, SP, CEP 04543-011, pelos motivos a seguir expostos.

#### **I – DOS FATOS**

A NOTIFICANTE conta em sua base com mais de 13.000 (treze mil) lotéricas em todo o país, tendo sido demandada por essas a adotar providências urgentes em relação à campanha publicitária com fim comerciais de venda do título de capitalização da NOTIFICADA intitulado de “dimdim”, veiculada desde o último dia 04/10/2019 em rede nacional de televisão em horário nobre, a exemplo da divulgação na Rede Globo nos intervalos de novelas, Jornal Nacional e do Fantástico, quando há uma grande audiência de público/clientes apostadores.

No exame do conteúdo da campanha publicitária supramencionada constata-se claramente que há o uso indevido e irregular da propaganda comparativa, pois com o objetivo de vender o referido título de capitalização faz-se a referência não autorizada das loterias, denegrindo a imagem destas, ao atribuir um caráter pejorativo a esse

produto comercializado há anos pelos Lotéricos, induzindo o consumidor/cliente apostador a confusão e a erro, e promovendo uma concorrência desleal.

O que não é admitido pelo art. 32, alíneas “f” e “e” do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBAP), pois se faz uma concorrência desleal por meio do denegrimento da imagem das loterias com objetivo claro de obter vantagem financeira com o desvio abusivo de clientela, *in verbis*:

*“Art. 32 Tendo em vista as modernas tendências mundiais - e atendidas as normas pertinentes do Código da Propriedade Industrial (Lei nº 5.772, de 21 de dezembro de 1971) - a publicidade comparativa será aceita, contanto que respeite os seguintes princípios e limites:*

*(...)*

***e) não se estabeleça confusão entre produtos e marcas concorrentes;***

***f) não se caracterize concorrência desleal, denegrimento à imagem do produto ou à marca de outra empresa;**” (d. n.)*

Pelo conteúdo da Campanha em referência não resta dúvida de que está havendo abuso do direito de se fazer propaganda de títulos de capitalização em detrimento das loterias para obter vantagem econômica, desviando o público consumidor de loterias, denegrindo ao mesmo tempo a imagem das loterias, e pior



SINDICATO DOS COMISSÁRIOS, CONSIGNATÁRIOS E EMPRESAS DE LOCAÇÃO DE BENS MÓVEIS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
www.sincoerj.com.br [sincoerj@sincoerj.com.br](mailto:sincoerj@sincoerj.com.br)

**Ano II - COMUNICADO 74 – Quinta-feira, 10 de outubro de 2019**

**FEBRALOT NOTIFICA EXTRAJUDICIALMENTE O BANCO SANTANDER**

**CAMPANHA PUBLICITÁRIA COMPARATIVA IRREGULAR**

**PARA VENDA DE TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO**

gerando descrédito e desconfiança no serviço de comercialização de loterias, atividade econômica exercida pelas empresas de nossa base.

É certo que o Brasil, apesar de ser uma economia de livre mercado, a prática de promoção e/ou divulgação de produtos e seus anunciantes sofre sim restrições legais e constitucionais, conforme está expressamente estabelecido no §4º, do art. 220, da Constituição Federal, *in verbis*:

*“Art. 220 A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.*

***§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV”***. (d. n.)

Sobre o dano moral e à imagem, não há dúvida de que esse direito foi consagrado não só como fundamental pela Constituição no inciso V do seu art. 5º, mas também pela lei civil, que o estende também a pessoas jurídicas, consoante está disposto no art. 52, *in verbis*:

*“Art. 52. Aplica-se às pessoas jurídicas, no que couber, a proteção dos direitos da personalidade.”*

De maneira que a proteção dos direitos de personalidade, incluído obviamente o de imagem, é um direito consagrado e protegido pela lei e pela Constituição Federal, não podendo ser violado por uma propaganda comparativa negativa, pejorativa.

E por essa razão campanhas publicitárias comparativas, que geram a degenerescência da imagem, atingem a honra, a boa fama, e a respeitabilidade da pessoa, ainda que jurídica, são passíveis de arcarem com a obrigação de indenizar os lesados, conforme estabelece o art. 20 do Código Civil, *in verbis*:

*“Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais”*. (d. n.)

Mesmo porque direito das pessoas jurídicas não pode ser violado por outrem, ainda que em propaganda comercial, que a exponham ao desprezo público.



SINDICATO DOS COMISSÁRIOS, CONSIGNATÁRIOS E EMPRESAS DE LOCAÇÃO DE BENS MÓVEIS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
[www.sincoerj.com.br](http://www.sincoerj.com.br) [sincoerj@sincoerj.com.br](mailto:sincoerj@sincoerj.com.br)

**Ano II - COMUNICADO 74 – Quinta-feira, 10 de outubro de 2019**

**FEBRALOT NOTIFICA EXTRAJUDICIALMENTE O BANCO SANTANDER**

**CAMPANHA PUBLICITÁRIA COMPARATIVA IRREGULAR**

**PARA VENDA DE TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO**

Portanto, a legislação vigente não pode ser ignorada nem violada, pois todas as normas vigentes impõem, além do bom senso e da razoabilidade, a responsabilidade pela observância das normas, inclusive, as de conduta, previstas no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBAP), ao qual estabelece parâmetros e limites não só a agência publicitária e ao veículo de comunicação, mas também ao anunciante.

Por certo que campanhas publicitárias com fins comerciais, como essa em questão, em nada contribuem com a sadia concorrência e ferem a livre iniciativa e os direitos da liberdade econômica, que exigem a boa fé dos agentes econômicos em geral, como garantir um livre mercado, a livre concorrência.

Sobretudo porque se trata de campanha publicitária de um banco, o Santander, que conta com credibilidade no mercado, causando espécie, que se valha de uma propaganda puramente comercial comparativa irregular e indevida para obter um proveito econômico parasitário e com desvio desleal de clientela alheia, ao denegrir a imagem das loterias e tentar retirar a credibilidade construída há anos e com a luta e o suor dos lotéricos.

É sabido que a comercialização de loterias está devidamente regulamentada pela União, conforme inciso XX, do art. 22, Decreto-Lei nº 204/1967, dentre outras normas vigentes, bem como é uma atividade econômica outorgada à nossa base de representação sindical por meio de permissão, contando com regramento específico e rigoroso para garantir a lisura de todo sorteio, não se podendo admitir que uma propaganda com objetivo puramente comercial retire a confiança a credibilidade, ou gere dívida e confusão ao público/clientela consumidora dos produtos lotéricos vendidos pelas as empresas lotéricas regularmente constituídas para essa finalidade.

Há na propaganda comercial em comento referência expressa, nominal, e pejorativa às loterias, o que não pode ser admitido, já que o direito à criação se esbarra no direito das empresas lotéricas de não terem o seu produto depreciado, inferiorizado, e desacreditado, bem como de não terem retirado o prestígio, a confiança e a credibilidade há anos construído pelas empresas lotéricas.

Acredita-se que, certamente, um banco do nível do Santander não teria necessidade nenhuma de praticar concorrência desleal usando uma propaganda para depreciar as loterias e assim poder vender seu produto de título de capitalização, tampouco precisaria influenciar negativamente a decisão do público consumidor/apostadores, prática proibida de publicidade comparativa negativa.

O Constituinte de 1988 elegeu como princípio da Ordem Econômica o da livre concorrência como instrumento para se garantir o pluralismo econômico, não podendo nesse contexto se admitir que se tenha uma propaganda de fins comerciais, como está ocorrendo no presente caso, que para vender um título de capitalização a NOTIFICADA deprecie a imagem do produto lotérico e acarrete a sua degenerescência, com o consequente desvio de clientela, para obter vantagem econômica.

Assim, é que diante do exposto, é a presente NOTIFICAÇÃO para:

a) impugnar a campanha publicitária da NOTIFICADA, banco Santander, que visa vender o título



SINDICATO DOS COMISSÁRIOS, CONSIGNATÁRIOS E EMPRESAS DE LOCAÇÃO DE BENS MÓVEIS NO ESTADO NO RIO DE JANEIRO  
[www.sincoerj.com.br](http://www.sincoerj.com.br) [sincoerj@sincoerj.com.br](mailto:sincoerj@sincoerj.com.br)

**Ano II - COMUNICADO 74 – Quinta-feira, 10 de outubro de 2019**

**FEBRALOT NOTIFICA EXTRAJUDICIALMENTE O BANCO SANTANDER**

**CAMPANHA PUBLICITÁRIA COMPARATIVA IRREGULAR**

**PARA VENDA DE TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO**

de capitalização intitulado de “dindim”, que vem sendo veiculada em rede nacional de televisão (Rede Globo);

b) requerer que essa instituição financeira, banco SANTANDER, se abstenha urgente e imediatamente de veicular a campanha publicitária de natureza puramente comercial em que denigre a imagem das loterias com o objetivo de vender o título de capitalização intitulado de “dindim”;

c) requerer que se abstenha de mencionar as loterias em suas campanhas comerciais de produtos concorrentes ou assemelhados às loterias.

A medida acima requerida seapresenta como uma forma pacífica e conciliadora de interesses para se resolver e sanar o prejuízo causado a cada veiculação da propaganda mencionada, e assim se evitar a adoção de medidas judiciais, inclusive, de reparação por danos morais, sem prejuízo dos demais tipos de providências, inclusive, perante o CONAR.

Confiante na honorabilidade dessa importante instituição financeira ora NOTIFICADA, é que se conta com a compreensão e espera-se a adoção imediata das medidas requeridas na presente notificação.

Atenciosamente,

**JODISMAR AMARO PRESIDENTE  
FEBRALOT**