



São Paulo, 06 de fevereiro de 2015

Ofício nº 3166.02/2015

**AO CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA - CONAR  
A/C SR. PRESIDENTE GILBERTO C. LEIFERT**

Avenida Paulista, 2073 - Edifício Horsa II - 18º andar - Conjunto Nacional  
CEP: 01311-940 - São Paulo - SP

**ASSUNTO: PROPAGANDA ENGANOSA NA COMERCIALIZAÇÃO DO "GUARANÁ  
ANTARCTICA BLACK"**

Prezado Senhor,

Vem a **PROTESTE – Associação de Consumidores**, entidade civil de defesa do consumidor que integra o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), por meio do Departamento de Relações Institucionais, que esta subscreve, e na qualidade de representante dos consumidores, expor e requerer o quanto segue.

**I. FATOS**

A PROTESTE tomou conhecimento, após reclamações de consumidores nas redes sociais e matérias divulgadas na mídia nacional<sup>1</sup>, que o **Guaraná Antarctica Black** lançado em janeiro deste ano pela Ambev, e descrito como "Frutas da Amazônia: guaraná e sabor açaí", **não possui açaí e tampouco outras frutas da Amazônia em sua composição.**

De fato, na lata à venda pelo país são listados os seguintes ingredientes: água gaseificada, açúcar, extratos de cenoura roxa e hibisco, extrato de guaraná, corante caramelo IV, acidulantes, ácido fosfórico e ácido cítrico, emulsificante goma acacia, aromatizante e regulador de acidez citrato de sódio:

---

<sup>1</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/01/guarana-antarctica-sabor-acai-nao-tem-acai-nos-ingredientes-do-rotulo.html> e <http://economia.ig.com.br/2015-01-29/guarana-sabor-acai-nao-tem-ingrediente-na-formula-e-gera-polemica-na-internet.html>. Visto em 02.02.14.



Nas campanhas de divulgação da Ambev, o produto é exposto como "um novo líquido que combina o autêntico Guaraná Antartica com o sabor do açaí", e a propaganda televisiva de lançamento do Guaraná, intitulada "Se Joga no Escuro"<sup>2</sup>, o define como: "Guaraná, Açaí e Frutas da Amazônia.”:



<sup>2</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=fGkgLFTHEuA>. Visto em 02.02.14.

Nas redes sociais, a empresa também anuncia a bebida como uma mistura do Guaraná com sabor do açaí:



(Foto: Reprodução/Facebook)

Por esse motivo, na página da marca no Facebook, consumidores postaram mensagens cobrando explicações da empresa: "Achei que é propaganda enganosa, apesar de constar na embalagem sabor açaí, de fato o produto não leva açaí. Nos ingredientes consta cenoura roxa e hibisco. Açaí que é a base da propaganda não consta", protestou uma internauta. "Guarana Black? Deveria ser red pq é vermelho. Ao olhar o rótulo está dizendo que tem extrato de cenoura roxa e hibisco. Onde isso é frutas da Amazônia? E o açaí onde entra?", questionou outro.

## II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Estamos diante de uma relação de consumo amparada pela legislação consumerista (Código de Defesa do Consumidor/CDC – Lei 8.078/90). Assim sendo, todas as considerações que são feitas a seguir têm principalmente como base essa legislação, que em

seu artigo 4º, III, indica a necessidade de harmonização dos interesses das partes nas relações de consumo, sempre com base na boa fé.

O Código de Defesa do Consumidor assegura a proteção dos direitos básicos do consumidor, entre eles, o **direito à informação clara e adequada, à proteção contra quaisquer práticas comerciais abusivas**, além de garantir a reparação de todos os danos experimentados pelos consumidores, sejam eles patrimoniais ou morais, como consta do art. 6º, incisos IV e VI.

No caso em comento, a intensa campanha publicitária (“Se Joga no Escuro”) iniciada pela Ambev para o lançamento do novo Guaraná Antartica Black convida o consumidor a experimentar uma nova bebida que “combina o autêntico Guaraná Antartica com o sabor do açaí”. Essa informação (sabor açaí), inclusive, é grafada na própria lata do produto. Porém, como notaram centenas de consumidores, o açaí surpreendentemente não integra a lista de ingredientes do refrigerante, nem sequer sob a forma de algum aditivo artificial.

Importante destacar que a Anvisa - Agência Nacional de Vigilância Sanitária, por meio da Resolução RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002 (Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados), estabelece que **“todos os ingredientes devem constar em ordem decrescente (no rótulo), da respectiva proporção”**; portanto, a ausência de açaí na lista de ingredientes, ainda que na forma de saborizantes ou aromatizantes artificiais, denotam, por si só, **a inexistência da fruta (de forma natural ou artificial) na bebida**. Dessa maneira, a embalagem do produto e sua campanha publicitária não poderiam divulgar “sabor açaí”, sob pena de induzir o consumidor em erro.

Segundo o ministro e autor do anteprojeto do CDC, Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin, o legislador demonstra antipatia pela publicidade que engana, já que esta provoca **“uma distorção no processo decisório do consumidor, levando-o a adquirir produtos e serviços que, estivesse melhor informado, possivelmente não o faria”<sup>3</sup>**.

A propaganda enganosa é estritamente proibida pelo Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 37, caracterizando-se, inclusive, como crime contra a relação de consumo:

---

<sup>3</sup> BENJAMIN, Herman [et al.]. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto*. 9ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 337.

**Art. 37.** É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º **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.** (g.n.)  
(...)

**Art. 66.** Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposo;

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

**Art. 67.** Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

Frise-se, por oportuno, que o fornecedor tem o dever, quando confrontado, a apresentar os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem publicitária:

**Art. 36.** A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. **O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.** (g.n.)

Neste sentido, também há determinações análogas no **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária**, dentre as quais destacamos (g.n.):

**- Artigo 23**

Os anúncios devem ser realizados de forma a não abusar da confiança do consumidor, não explorar sua falta de experiência ou de conhecimento e não se beneficiar de sua credulidade.

**- Artigo 27**

**O anúncio deve conter uma apresentação verdadeira do produto oferecido,** conforme disposto nos artigos seguintes desta Seção, onde estão enumerados alguns aspectos que merecem especial atenção.

§ 1º - Descrições

**No anúncio, todas as descrições, alegações e comparações que se relacionem com fatos ou dados objetivos devem ser comprobatórias, cabendo aos Anunciantes e Agências fornecer as comprovações, quando solicitadas.**

§ 2º - Alegações

**O anúncio não deverá conter informação de texto ou apresentação visual que direta ou indiretamente, por implicação, omissão, exagero ou ambigüidade, leve o Consumidor a engano quanto ao produto anunciado,** quanto ao Anunciante ou seus concorrentes, nem tampouco quanto à:

- a. natureza do produto (natural ou artificial);
- b. procedência (nacional ou estrangeira);
- c. **composição;**
- d. finalidade.

#### **- Anexo H**

**1.** Disposições Gerais - Além de atender aos preceitos gerais deste Código, os anúncios de produtos submetidos a este Anexo deverão:

(...)

h. **apresentar corretamente as características de sabor,** tamanho, conteúdo/peso, benefícios nutricionais e de saúde;

**4.** A publicidade de bebidas não-alcoólicas deverá abster-se de gerar confusão quanto:

- a. **à qualidade, natureza e tipo de produto;**
- b. ao valor calórico do produto;
- c. **à sua natureza (natural ou artificial), bem como quanto à presença de aditivos, quando for o caso.**

### **III. CONCLUSÃO**

Pelas razões apontadas, como entidade de defesa do consumidor que zela pela obediência à legislação nacional, pela qualidade dos produtos e serviços ofertados no mercado de consumo nacional, atendendo ao que legitimamente o consumidor deles espera, vem a PROTESTE **REQUERER:**

- A abertura de processo ético em face da Ambev, referente à campanha publicitária e embalagem do produto "**GUARANÁ ANTARCTICA BLACK**", com a finalidade de RECOMENDAR a alteração da rotulagem e campanhas publicitárias e de divulgação do ref. produto, retirando-se qualquer menção à "Açaí" e "Frutas da Amazônia", inclusive na enganosa forma "sabor de açaí".



- Solicitamos também que este r. Conselho recomende a realização de contrapropaganda pela empresa, de forma a melhor esclarecer todos os consumidores que já foram e continuam sendo atingidos pela propaganda enganosa aqui apresentada.

Para tanto, segue abaixo qualificação completa da empresa denunciada:

**Companhia de Bebidas das Américas – AMBEV**, inscrita no CNPJ sob o nº 02.808.708/0001-07, e com endereço à Rua Renato Paes de Barros, 1017, 4º andar, São Paulo – SP , CEP 04530-001.

Por fim, em razão da importância do assunto aqui abordado, aguardamos uma resposta por escrito com a maior brevidade possível, nos colocando à inteira disposição para quaisquer outros esclarecimentos que julgarem necessários.

**Maria Inês Dolci**  
Coordenadora Institucional

**Meios de Contato:**

**Fone: (11) 5085-3595 / Fax : (11) 5573-5652**

**E-mail: [institucional@proteste.org.br](mailto:institucional@proteste.org.br)**