

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

Coca-Cola

Compromisso assumido: Estados Unidos, União Européia e OMS.

Detalhes dos compromissos assumidos (para empresas que assumiram compromissos mais rigorosos, além dos compromissos gerais):

- não anunciar nada em mídias para crianças com idade até 12 anos, indiferente de composição nutricional. Tais mídias são aquelas em que a audiência de crianças é de 50% ou mais.
- Publicidade não deve induzir crianças a tentar persuadir adultos para comprar o produto
- Não usar personagens licenciados
- Não fazer publicidade em jogos interativos cujo público alvo sejam crianças

Produto: Kappo (vários sabores)

Resultados: Website www.kaposfera.com.br promove o produto Kappo para crianças. Se a empresa adotasse no Brasil o mesmo padrão de conduta assumido em outros lugares, não poderia fazer esse anúncio de seu produto, sob pena de violar a sua autorregulamentação.

Observação: a análise nutricional restou prejudicada pela falta de informação nutricional na embalagem acerca da quantidade de açúcar. O açúcar, ingrediente a ser verificado quanto ao excesso neste produto, não está discriminado isoladamente, havendo apenas informações de carboidratos totais. Resta informar que essa omissão informativa advém de lacuna da legislação brasileira (RDC 360/03 da Anvisa).