

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

Danone

Compromisso assumido: Estados Unidos e União Europeia. A empresa não é signatária da carta enviada por multinacionais à OMS.

Detalhes dos compromissos assumidos (para empresas que assumiram compromissos mais rigorosos, além dos compromissos gerais): a empresa apenas assumiu compromissos gerais, inclusive o que veda publicidade de produtos não saudáveis voltada para crianças de até 12 anos.

Produto: Danoninho.

Resultados:

A empresa mantém o website www.danoninho.com.br, repleto de jogos e brincadeiras voltados para o público infantil. Existe um personagem próprio ligado ao produto, o Dino, que aparece por todo o website.

- O produto Danoninho, todavia, não atende aos critérios nutricionais da própria empresa, não podendo ser considerado saudável. **Excede o limite imposto pela autorregulamentação para calorias provenientes de gorduras totais e o limite de gordura saturada por porção.** 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.
- Não foi possível analisar o produto com base nos critérios nutricionais da Anvisa, por falta de informação na embalagem. A análise nutricional restou prejudicada pela falta de informação nutricional na embalagem acerca da quantidade de

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

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).

QUADRO RESUMO NUTRICIONAL

EUA/UE

27,2% de calorias provenientes da Gordura Total (limite imposto pela autorregulamentação é de 25% das calorias)
Tem mais de 1g/porção de gordura saturada, limite imposto pela autorregulamentação.