

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

Kellogg

Compromisso assumido: Estados Unidos, União Europeia e OMS.

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

- Não fazer publicidade de alimentos e bebidas não saudáveis direcionada a crianças de até 12 anos.
- Não usar personagens licenciados de terceiros na publicidade, na embalagem e na forma de produtos direcionados para crianças que não seguem os critérios nutricionais da Kelloggs.
- Não fazer publicidade usando celebridade se esta tiver a imagem relacionada ao público com idade de até 12 anos.
- Veda publicidade em jogos interativos em mídias direcionadas a crianças de até 12 anos.

Produto: Sucrilhos original.

Resultados:

- A empresa mantém o website www.sucrilhos.com.br, repleto de jogos e brincadeiras voltados para o público infantil. Existe um personagem próprio ligado ao produto, o Tigrão, que aparece por todo o website.
- O produto Sucrilhos atende aos critérios nutricionais da própria empresa para ser considerado saudável. Os limites da empresa, todavia, são demasiadamente flexíveis. O açúcar, por exemplo, está no limite do aceite pela empresa. **Se considerados os critérios nutricionais colocados em consulta pública pela Anvisa, evidencia-se o excesso de sódio e açúcar.**

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

QUADRO RESUMO NUTRICIONAL

ANVISA Não atende para Sódio/100g (contém 606,7mg/100g)
e o recomendado é até 400mg/100g
Não atende teor de açúcar/100g.
Contém 40g de açúcar /100g produto.
(Recomendado 15g/100g)

- Tem publicidade em jogo interativo (no site).
- Se a resolução da Anvisa estivesse em vigor, o anúncio seria proibido no Brasil tanto pelo excesso de açúcar e sódio quanto pelo recurso a jogo interativo.