

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

Nestlé

Compromisso assumido: Estados Unidos, União Européia 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 fazer qualquer publicidade direcionada para crianças até 6 anos.
- Não usar personagens licenciados de terceiros na publicidade de produtos direcionados para crianças.
- Não usar celebridades na publicidade de produtos direcionados para crianças.

Observação: a empresa anuncia que adota em todo o mundo as mesmas regras de autorregulamentação.

Produtos: Cereais Estrelitas e Snowflakes, biscoitos Passatempo, Chamyto, Chamyto petit suisse.

Resultados:

- a. Estrelitas Mel Cereal Matinal (publicidade na televisão).
 - publicidade atinge menores de 6 anos. De acordo com o seu código de autorregulamentação, que segundo a empresa é aplicável a todo o mundo, os anúncios desse produto não deveriam ser veiculados.
 - O produto não atende aos critérios nutricionais da própria empresa, não podendo ser considerado saudável. **Excede ao limite de açúcar imposto pela empresa.** De acordo com o seu código de autorregulamentação, que segundo a empresa é aplicável a todo o mundo, os anúncios desses produtos não deveriam ser veiculados.

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

- O produto também não se enquadra nos critérios nutricionais estabelecidos pela Anvisa na CP 71. **Detecta-se também excesso de açúcar.** Se a resolução estivesse em vigor, o anúncio seria proibido no Brasil.

QUADRO RESUMO NUTRICIONAL

ANVISA	Teor de açúcar >15g/100g (33,3g açúcar/100g)
Autorregulamento	A energia procedente de açúcares ultrapassa o valor limite da autorregulamentação (até 25%). O produto apresenta 33,3% de energia procedente dos açúcares.

b. Snow Flakes cereal matinal

- publicidade atinge menores de 6 anos. De acordo com o seu código de autorregulamentação, que segundo a empresa é aplicável a todo o mundo, os anúncios desses produtos não deveriam ser veiculados.
- O produto não atende aos critérios nutricionais da própria empresa, não podendo ser considerado saudável. **Excede aos limites de açúcar e de sódio impostos pela empresa.** De acordo com o seu código de autorregulamentação, que segundo a empresa é aplicável a todo o mundo, o anúncio desse produto não deveria ser veiculados.
- O produto também não se enquadra nos critérios nutricionais estabelecidos pela Anvisa na CP 71. **Identifica-se excesso de açúcar.** Se a resolução estivesse em vigor, o anúncio seria proibido no Brasil.

QUADRO RESUMO NUTRICIONAL

ANVISA	Teor de açúcar >15g/100g (36,7g açúcar/100g) Teor de sódio >400mg/100g (430,0mg/100g)
Autorregulamento	A energia procedente de açúcares ultrapassa o valor do acordo (até 25%). O produto apresenta 39,3% de energia procedente dos açúcares.

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

c. Biscoito Passatempo sabor chocolate com recheio sabor morango (Site http://www.nestle.com.br/maisdivertido/site/passatempo/jogos/cidade/home_passatempo.aspx)

- publicidade atinge menores de 6 anos. De acordo com o seu código de autorregulamentação, que segundo a empresa é aplicável a todo o mundo, os anúncios desses produtos não deveriam ser veiculados.
- O produto não atende aos critérios nutricionais da própria empresa, não podendo ser considerado saudável. **Tem excesso de calorias.** De acordo com o seu código de autorregulamentação, que segundo a empresa é aplicável a todo o mundo, o anúncio desse produto não deveria ser veiculados.
- O produto também não se enquadra nos critérios nutricionais estabelecidos pela Anvisa na CP 71. **Tem excesso de gordura saturada.** Se a resolução estivesse em vigor, o anúncio seria proibido no Brasil.

QUADRO RESUMO NUTRICIONAL

ANVISA	Teor de gordura saturada > 5g/100g, limite proposto pela Anvisa (7,7g gordura saturada/100g).
Autorregulamentação	Percentual de calorias proveniente de gordura saturada é > 15%, limite proposto na autorregulamentação (19,7%)

d. Chamyto (site <http://www.nestle.com.br/maisdivertido/site/chamyto/HomeChamyto.aspx>)

- publicidade atinge menores de 6 anos. De acordo com o seu código de autorregulamentação, que segundo a empresa é aplicável a todo o mundo, os anúncios desses produtos não deveriam ser veiculados.
- O produto não atende aos critérios nutricionais da própria empresa, não podendo ser considerado saudável. **Excede o limite de calorias provenientes de gordura saturada.** De acordo com o seu código de autorregulamentação, que segundo a

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

empresa é aplicável a todo o mundo, o anúncio desse produto não deveria ser veiculados.

- O produto também não se enquadra nos critérios nutricionais estabelecidos pela Anvisa na CP 71. **Excede o limite de calorias provenientes de gordura saturada.** Se a resolução estivesse em vigor, o anúncio seria proibido no Brasil.

QUADRO RESUMO NUTRICIONAL

ANVISA	Teor de gordura saturada >5g/100g, limite proposto pela Anvisa (10,7g gordura saturada/100g)
Autorregulamentação	Percentual de calorias proveniente de gordura saturada é > 15%, limite proposto na autorregulamentação (16%).

- e. Promoção estrelada por Xuxa

Trata-se de promoção de dos mais variados produtos da Nestlé, inclusive os destinados ao público infantil, em que era oferecida a possibilidade do consumidor participar do próximo filme da apresentadora. Como no seu código de autorregulamentação a empresa comprometeu-se a não utilizar em suas publicidades que atingem crianças celebridades cuja imagem está a elas associada, a publicidade em questão não deveria ter sido veiculada.