

140

**PROPAGANDA DE ALIMENTOS EM RÁDIO DE PORTO ALEGRE: UMA ANÁLISE QUANTITATIVA E QUALITATIVA DAS PROPRIEDADES ALEGADAS.** *Camila Fortuna, Liziane Maahs Flores (orient.) (UFRGS).*

**Introdução:**No Brasil, não existe legislação específica para a publicidade de alimentos. O Projeto de Monitoração de Propagandas sob Vigilância Sanitária UFRGS/ANVISA monitora peças veiculadas em meios de comunicação para subsidiar a elaboração de regulamentos que inibam informações incorretas que possam confundir os consumidores.**Objetivo:**Analisar quali-quantitativamente as propagandas de alimentos veiculadas em rádios de Porto Alegre.**Método:** Foram monitoradas quatro emissoras de rádio de Porto Alegre, sendo duas AM (Rádio 1 e 2) e duas FM (Rádio 3 e 4). As rádios foram selecionadas aleatoriamente. A monitoração ocorreu nos quinze primeiros dias dos meses de setembro de 2004 a fevereiro de 2005, no horário de oito às dezoito horas. Entre as peças publicitárias captadas foram escolhidas e transcritas, para elaboração de relatórios enviados à ANVISA, aquelas que apresentavam maior apelo comercial. Os resultados deste trabalho referem-se aos quatro produtos mais freqüentemente veiculados no período. **Resultados:**Foram captadas 156 peças publicitárias, correspondentes a sete produtos. Os produtos que apresentaram a maior freqüência foram: Bio Redux®(44%), Multifibras®(27%), X2 Magnésio® (12%) e Equality®(11%). Foram enviados quatorze relatórios referentes a esses produtos. Apenas 36% apresentam a orientação de uso. Analisando os discursos das peças publicitárias, observa-se que a principal infração é a indicação de propriedades terapêuticas ou medicamentosas (100%).**Discussão e Conclusão:**A ausência de um regulamento específico para a publicidade de alimentos propicia liberdade às indústrias para veicular informações inverídicas atribuindo aos produtos propriedades superiores àquelas que eles realmente possuem. Adicionalmente, o repasse destas informações pode resultar em estímulo ao consumo desnecessário de produtos, negligência em relação a hábitos alimentar saudáveis e conseqüentes danos à saúde dos consumidores.