

A popularização do conhecimento sobre a publicidade e o consumo pode ser realizada por meio de ações de comunicação em materiais impressos e audiovisuais, bem como através de eventos, e nisso consiste o propósito do Projeto “Publicidade e Consumo no Cotidiano” (Programa de Popularização da Ciência). Este resumo apresenta o trabalho realizado na etapa inicial do Projeto, cujo objetivo é identificar temas relevantes do conhecimento sobre publicidade e consumo segundo as demandas sociais, para posterior divulgação na sociedade através das ações de comunicação. A metodologia deste trabalho foi qualitativa, e através da técnica da pesquisa documental (MARCONI, LAKATOS, 2007), realizou-se a coleta e análise de dados sobre os assuntos relacionados à intersecção publicidade-consumo que apresentavam demandas de maior compreensão pela sociedade. O universo eleito para essa etapa da pesquisa consiste no “Relatório de Atividades do *PROCON/RS*” de 2008, pois este órgão público estadual se ocupa da proteção dos cidadãos em todas as relações de consumo tipificadas no “Código de Defesa do Consumidor”, recebendo reclamações e denúncias da sociedade em geral a respeito de práticas abusivas de fornecedores, e também de propaganda enganosa. Os resultados desta etapa inicial da pesquisa indicam que os segmentos nos quais as relações de consumo tiveram maior número de reclamações no ano de 2008 foram “produtos” (56,19% das reclamações), seguido de “assuntos financeiros” (19,57% das reclamações), e “serviços privados” (17,04% das reclamações). Estes segmentos que tiveram mais reclamações junto ao *PROCON/RS* indicam, conclui-se neste trabalho, os assuntos mais relevantes a serem apresentados, pois fornecendo informações sobre o consumo e a publicidade destes produtos e serviços à sociedade poderá oportunizar-se uma melhor compreensão desses processos e um posicionamento mais esclarecido e crítico das pessoas nas suas práticas cotidianas de consumo e recepção da publicidade.