

036

ANÁLISE DA ADEQUAÇÃO DA PROMOÇÃO COMERCIAL DE ALIMENTOS PARA LACTENTES E CRIANÇAS DE PRIMEIRA INFÂNCIA EM SUPERMERCADOS DE PORTO ALEGRE. *Roberta Dalle Molle, Camila Fortuna, Gressiana Estevan, Tania Alves Amador (orient.)*

(UFRGS).

A Organização Mundial da Saúde (OMS) e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) consideram o leite materno o alimento ideal para o crescimento e o desenvolvimento infantil, sendo fundamental nos primeiros seis meses de vida. Com o objetivo de minimizar os efeitos do marketing sobre o abandono do aleitamento materno nos seis meses de vida iniciais e facilitar a continuidade pelo menos até dois os anos de idade, foi criada no Brasil a Norma Brasileira para Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL). O objetivo deste trabalho foi realizar uma análise da adequação da promoção comercial dos alimentos que constam na NBCAL em supermercados de Porto Alegre. Foram selecionados 36 supermercados para serem visitados. A escolha destes foi aleatória, levando em conta a cobertura especialmente das maiores redes da cidade. Os pontos de venda no estabelecimento foram fotografados. As fotos e impressos promocionais foram analisados com base na legislação. 90, 3% das propagandas/publicidades estavam em desacordo e 9, 7% em acordo. A publicidade que mais infringiu a legislação foi a que divulgava diversas categorias de *Leites e Produtos de Origem Vegetal de mesma finalidade*. A principal infração observada foi a inexistência da advertência visual recomendada pela NBCAL na promoção comercial desses produtos. O alto número de infrações encontradas sugere, inicialmente, um desconhecimento da legislação por parte dos administradores destes estabelecimentos, implicando prejuízos à ação de divulgar a importância do aleitamento materno. Os dados deste monitoramento foram encaminhados à ANVISA e ações conjuntas com a Vigilância Sanitária local foram realizadas como medidas educativas.