



Elaboração de conteúdo: Comissão de Ética do CRN-1. Data de Publicação: agosto de 2014.



ALERTA!

CONDUTAS ÉTICAS DO NUTRICIONISTA NAS REDES SOCIAIS

Sede CRN-1 - Brasília-DF

SCN - Qd. 1 – Bl. E – Ed. Central Park - Sala 1.611
Asa Norte - Brasília-DF - CEP 70711-903
Telefax: (61) 3328-3078, (61) 3961-7300, (61) 8416-7640
E-mail: crn1@crn1.org.br

Horário de funcionamento:
8h às 17h (segunda a sexta-feira)

Delegacia de Mato Grosso

Av. Rubens de Mendonça nº 990 - Ed. Empire Center, Sl. 502
Bairro Baú - Cuiabá-MT - CEP: 78008-000
Telefax: (65) 3052-8380
E-mail: crn1mt@crn1.org.br

Horário de funcionamento:
8h30 às 12h – 13h às 17h30 (segunda a sexta-feira)

Delegacia de Goiás

Av. Anhanguera, 4.803 - sala 1.101 - Ed. Rita de Albuquerque
Centro - Goiânia-GO - CEP 74038-900
Telefax: (62) 3225-6730
E-mail: crn1go@crn1.org.br

Horário de funcionamento:
8h30 às 12h–13h às 17h30 (segunda a sexta-feira)

Delegacia de Tocantins

Quadra 101 Sul, Av. Joaquim Teotônio Segurado, Lt. 03, Sl. 505,
Ed. Executivo Carpe Diem, Centro – Palmas-TO – CEP 77015-002
Telefax: (63) 3217-2406
E-mail: crn1to@crn1.org.br

Horário de funcionamento:
8h30 às 12h – 13h às 17h30 (segunda a sexta-feira)

As redes sociais facilitam o acesso e a difusão de informações, mas o nutricionista deve estar atento para não infringir nenhum artigo do Código de Ética do Nutricionista (Res. CFN n. 334/2004) ao usá-las como ferramenta de trabalho e de divulgação.

Como o CRN-1 tem recebido muitos questionamentos e denúncias sobre a conduta profissional nas mídias sociais, a Comissão de Ética preparou um rol de respostas sobre as dúvidas mais frequentes, com os critérios éticos para o uso das ferramentas apresentadas pela mídia e redes sociais.

POSTAGENS DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, SUPLEMENTOS ALIMENTARES E FITOTERÁPICOS EM REDES SOCIAIS

A ocorrência de publicações de produtos alimentícios, suplementos alimentares e fitoterápicos nas redes sociais pelos nutricionistas está cada vez mais frequente. No entanto, o CRN-1 alerta aos nutricionistas que possuem perfil, pessoal e/ou profissional, nas redes como, por exemplo, Facebook, WhatsApp e Instagram, que podem estar **infringindo o Código de Ética do Nutricionista**.

Ao colocar **fotos, marcas de produtos ou nomes de empresas** ligadas às atividades de alimentação e nutrição, mesmo no intuito de orientar seu paciente nas suas escolhas alimentares, o nutricionista contraria o que prevê o Código (ver Art. 22, III), pois é vedado ao profissional “valer-se da profissão para manifestar preferência ou para divulgar ou permitir a divulgação de marcas de produtos ou nomes de empresas ligadas às atividades de alimentação e nutrição”.

Esse fato se agrava quando ainda há a percepção de algum tipo de **remuneração ou vantagem** pela “propaganda” do produto (Art. 7º, VIII e Art. 18, IV), uma vez que é vedado ao nutricionista “exercer a profissão com interação ou dependência, para obtenção de vantagem de empresas que fabricam, manipulam ou comercializam produtos de qualquer natureza”.

Outra situação é o profissional divulgar produtos que os fabricantes alegam ter propriedades nutricionais “eficientíssimas” sem, no entanto, ter sua **eficácia comprovada**. Muitas vezes essas propriedades são testadas pelo próprio profissional, que o experimenta, gosta e indica, sem que os cuidados e parâmetros da ciência da nutrição sejam respeitados. Neste sentido, infringe o Código de Ética ainda que esse produtos atendam à legislação de alimentos e sanitária vigentes (Art. 7º, X).

DIVULGAÇÃO DE IMAGENS ASSOCIADAS A RESULTADOS

Outra conduta comum verificada nos posts das redes sociais é a utilização pelo nutricionista de **imagens dos próprios pacientes**, mostrando o “antes e depois” da intervenção nutricional realizada pelo profissional, o que claramente contraria dois artigos do Código de Ética, pois levam o profissional a uma prática sensacionalista e de autopromoção (Art. 22, inciso I), além de que, para divulgar fotos e vídeos associados aos resultados, o profissional deve obter autorização expressa, por escrito, de seu paciente ou responsável legal (Art. 7º XII e XIII).

ATENDIMENTO NUTRICIONAL E ENVIO DE DIETAS PELA INTERNET

Quando o nutricionista realiza atendimento nutricional, inclusive realizando avaliação nutricional (como, por exemplo, solicitando dados de peso, altura, percentual de gordura, etc.), seja por e-mail, seja por outras redes sociais, pode-se caracterizar **atendimento não presencial** pelo nutricionista.

Contraria-se também a conduta ética do nutricionista quando este **envia a prescrição dietética/“dieta”** (plano alimentar, cardápio, lista de substituições, receitas, etc) ao paciente/cliente **por e-mail**, uma vez que o Código de Ética prevê que é vedado ao nutricionista “realizar, por qualquer meio que configure atendimento não presencial, a avaliação e o diagnóstico nutricional e a respectiva prescrição dietética do indivíduo sob sua responsabilidade profissional; (Art. 7º, inciso XVII, alterado pela Resolução CFN nº 541, de 14 de maio de 2014).

MAS QUAL A ALTERNATIVA PARA O NUTRICIONISTA QUANDO O PACIENTE SOLICITA A INDICAÇÃO DE PRODUTO PARA QUE POSSA SEGUIR A ORIENTAÇÃO NUTRICIONAL FEITA NO CONSULTÓRIO?

O Código de Ética, alterado recentemente quanto a este aspecto, determina que o nutricionista, quando se vê na necessidade de indicar alguma marca de produto, que o faça indicando **mais de uma opção** para o mesmo produto, fazendo com que assim, não se manifeste sua preferência por uma única marca, conforme previsto no Código (Art. 22, Parágrafo único) – “...havendo necessidade de mencionar marcas, o nutricionista deverá indicar várias alternativas oferecidas pelo mercado”.

