

## **PARECER CRN1 Nº 044/2014**

*Emite considerações da Comissão de Ética quanto ao pronunciamento de Nutricionistas em Redes Sociais, Exposição de fotos de “antes e depois”, de produtos e marcas no ambiente de trabalho e nas redes sociais.*

Em atenção à solicitação da equipe fiscalização do CRN1, a Comissão de Ética analisou os questionamentos quanto ao uso das redes sociais por nutricionistas em seu exercício profissional e a exposição de marcas e produtos no ambiente de trabalho. Das análises e discussões realizadas, a Comissão de Ética emite as seguintes considerações e direcionamentos, conforme cada situação questionada:

### **a) Publicação de fotos de “antes e depois” de pacientes em programa de redução de peso:**

A utilização de imagens de “antes e depois” de pacientes em acompanhamento nutricional, em qualquer meio, só poderá ser realizada mediante anuência expressa, manifesta e espontânea do paciente, conforme previsto nos Incisos XII e XIII do Artigo 7º da Resolução CFN nº 334/2004.

É necessário que na publicação destas imagens conste esclarecimento quanto à anuência do paciente e o nome do nutricionista responsável, por meio dos seguintes dizeres: “*Divulgação autorizada pelo paciente, mediante Termo de Autorização, sob responsabilidade do nutricionista fulano de tal, CRN1 nº xxxx*”.

Esta divulgação somente poderá ser com intuito de reconhecer os bons resultados obtidos pelo tratamento nutricional, sem qualquer conotação sensacionalista (sem promessas de resultados “milagrosos”, vínculo de causa e efeito, ou qualquer outra expressão que induza o entendimento para além do fato comum).

Para que esta divulgação de imagens não seja associada à autopromoção, contrariando o disposto no inciso I do Artigo 22 da Resolução CFN nº 334/2004, entende-se que a divulgação dos resultados obtidos deve ser no sentido de dar reconhecimento da correta aplicação da ciência da nutrição por parte do nutricionista e não em função de associar que os resultados foram obtidos graças somente àquele profissional.

### **b) Manutenção de produtos alimentícios e suplementos alimentares em exposição em consultório de nutrição:**

De forma geral é vedado ao nutricionista valer-se da profissão para manifestar preferências ou para divulgar ou permitir a divulgação de marcas de produtos ou nome de empresas ligadas a alimentação e nutrição.

A exposição de produtos quando ligada a venda, seja em consultório ou feita diretamente pelo nutricionista em qualquer lugar, é vedado pelo Código de Ética: Art. 18, inciso IV - 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 e que venham ou possam vir a ser objeto de prescrição dietética".

Entende-se que as únicas exceções são para os casos onde haja necessidade, em benefício do paciente, de realizar degustação ou ações de educação nutricional a respeito de rotulagem e composição nutricional de alimentos.

Nos casos da **degustação**, estes devem ser apenas de produtos que tenham sua prescrição justificada e as amostras devem ser entregues diretamente ao paciente, sempre sendo ofertadas as várias opções disponíveis no mercado (e não somente de um tipo ou marca). Já em relação às ações **de educação nutricional** onde se faz necessário o uso de embalagens de produtos alimentícios para ilustrar as orientações aos clientes/pacientes, recomenda-se que as marcas dos produtos sejam omitidas e que o cliente seja encorajado a reconhecer as propriedades, ingredientes e características do produto em detrimento do nome comercial e marcas. Em ambos os casos (degustação e educação nutricional) deve sempre ser respeitado o poder de escolha do paciente.

Ainda assim é importante ressaltar que quando o profissional perceber a 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.

### **c) Divulgação de produtos nas redes sociais:**

Ao publicar marcas de produtos, suplementos alimentares e 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 a este 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 por autoridades sanitárias e/ou estudos científicos sérios. 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 esses produtos atendam à legislação de alimentos e sanitária vigentes (Art. 7º, X)

Do exposto, prevalece a proibição de publicação de produtos e marcas nas redes sociais (facebook, instagram, blogs, etc.), por nutricionistas no exercício da profissão. O nutricionista, como profissional de saúde, deve incentivar uma alimentação balanceada, com foco no alimento e não fazer apologia ao uso de produtos alimentícios e suplementos.

Este é o parecer.

Brasília, 19 de novembro de 2014.

**LORENA GONÇALVES CHAVES MEDEIROS**

Coordenadora da Comissão de Ética

Nutricionista CRN-1/ 2710