

EBOOK PARA

# ORIENTAÇÃO SOBRE O CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA PARA NUTRICIONISTAS

**CRN4**  
Conselho Regional de  
Nutricionistas  
FUNDADO EM 1962

**Érica**  
**Ética**

**GESTÃO "RENOVA CRN" TRIÊNIO 2019-2022**

Marta Moeckel Amaral Lustosa - Presidente

Elton Bicalho de Souza - Vice-presidente

Anna Carolina Rego Costa - Tesoureira

Maria Lúcia Teixeira Polônio - Secretária

**ELABORAÇÃO**

Camila Monteiro Gomes- Estagiária de Nutrição do CRN-4  
supervisionada pela Comissão de Estágio

**REVISÃO TÉCNICA**

Anna Carolina Rego

Maria Lucia Teixeira Polônio

**PRODUÇÃO - AGÊNCIA ENTREMEIOS COMUNICAÇÃO**

Laira Rocha - Jornalista Responsável - Reg.Prof. N° 0039604/RJ

Agência 2ks Digital - Projeto gráfico e diagramação

# APRESENTAÇÃO

Este ebook tem como objetivo orientar o exercício profissional de nutricionistas, destacando alguns pontos importantes do Código de Ética e Conduta do Nutricionista (CECN) que apresentam infrações recorrentes, principalmente em meio virtual.

Dessa forma, a presente publicação busca diminuir dúvidas, através de um olhar diferenciado e reflexivo a respeito dos direitos, deveres e limites do nutricionista no exercício da profissão. E assim, com uma visão mais crítica e consciente sobre o seu CECN, colocar em prática seu conhecimento de forma íntegra, contribuindo para a valorização da sua categoria e cuidado com a sociedade.

## SUMÁRIO

|   |    |
|---|----|
| CAPÍTULO I - NUTRIÇÃO, CÓDIGO DE ÉTICA E SEU CONTEXTO HISTÓRICO             | 05 |
| CAPÍTULO II - ORIENTAÇÕES GERAIS AO SE IDENTIFICAR NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO | 10 |
| CAPÍTULO III - ANTES E DEPOIS: UM OLHAR SOBRE O CORPO                       | 15 |
| CAPÍTULO IV - USO DE EMBALAGENS PARA FINS EDUCATIVOS                        | 24 |
| CAPÍTULO V - HONORÁRIOS, PROMOÇÕES E SORTEIOS                               | 30 |
| CAPÍTULO VI - EXERCÍCIO ILEGAL DA PROFISSÃO                                 | 36 |
| CAPÍTULO VII - PUBLICIDADE E PROPAGANDA                                     | 41 |

# CAPÍTULO I – NUTRIÇÃO E O CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

## NUTRIÇÃO

A perspectiva de saúde por meio de uma alimentação adequada, saudável e equilibrada vai muito além do nutrir. É fundamental considerar o contexto geral do alimento e o que ele pode representar para o indivíduo.

O alimento está presente em todos os momentos da vida: na convivência com o outro e suas relações, na cultura, nos hábitos, nas práticas herdadas, no prazer do preparo, no celebrar. É identidade para cada um de nós. Considerar a simbologia que envolve a comida, em diferentes fases da vida, amplia o seu significado, auxiliando na compreensão do comportamento alimentar individual e coletivo. Um olhar que se faz imprescindível em um país como o nosso que é tão vasto, cheio de riquezas culturais, religiosas e alimentares, que moldam e compõem as características coletivas e individuais, refletidas nas escolhas cotidianas.

A alimentação é complexa e não se limita ao ato de comer para suprir as necessidades do nosso organismo, mas na sua representatividade na vida e no contexto que vivemos. Ao pensar na nutrição de forma a promover a saúde e educação alimentar e nutricional, devemos

nos pautar no cenário sócio-político-econômico atual e nestas reflexões sobre o comer, para que possamos lidar com a história do outro de forma mais integral e cuidadosa.

## CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

O código de ética e conduta é composto por um conjunto de diretrizes que estabelecem boas práticas no exercício da profissão. Essas normas têm o objetivo de esclarecer, informar e guiar os nutricionistas nas tomadas de decisões referentes à atuação profissional.

### MAS AFINAL, O QUE É ÉTICA?

Ética é a área da filosofia que se dedica às ações e ao comportamento humano. É o pensamento reflexivo sobre os valores e normas que regem as condutas humanas.

A maioria das profissões possui um Código de Ética e Conduta. Ao pensarmos na área da saúde é fundamental que se tenha um objeto de cunho orientador para auxiliar a atuação profissional.



## E POR QUÊ?

Imagine se cada profissional da área da saúde pudesse escolher a forma como iria conduzir o tratamento referente a cada caso, com base apenas em sua opinião e em seus valores? Não seria adequado e nem seguro.

O Código defende condutas e ações com respaldo técnico-científico, delimita nossas ações e nos auxilia quanto aos nossos direitos, deveres e limites.

## E O QUE SERIAM ESSES LIMITES?

Antes de tudo é importante destacar que a todo o momento o Código quer assegurar o perfeito exercício da profissão, os direitos, a garantia de saúde plena para todos, expor seus princípios e sua missão. Sua construção vem de uma trajetória de lutas e que acompanha a realidade.

A resolução do Conselho Federal de Nutricionistas (CFN) N° 599, de fevereiro de 2018, que aprovou o Código de Ética e de Conduta do Nutricionista, vigente nos dias de hoje, foi pensada para atender às necessidades que a categoria serve e representa. Esse Código foi resultado de uma construção coletiva, pautando-se na opinião de diversos nutricionistas e estudantes, de diversos locais do Brasil. Todas as contribuições foram avaliadas de forma qualitativa e

quantitativa. É um acordo da categoria com base em uma coletividade que compartilha espaços, objetivos e pensamentos.

É o guia da nossa profissão e serve para conhecermos e nos atentarmos ao nosso compromisso com a mesma, atuando de forma a assegurar a promoção e educação alimentar e nutricional. Vamos de encontro ao que seriam os limites dispostos no Código, entendendo que o interesse primário destina-se a atender e assegurar a saúde do outro, acima de seus próprios interesses (secundários).

Devemos pensar no limite não como algo que nos restringe, mas como um consenso. Pare para pensar, o mundo vive diversos tipos de consensos para que possa haver um convívio em sociedade mais harmonioso e fluido, na medida do possível. Sejam as cores de um semáforo representando ideais diferentes: vermelho o carro para e o pedestre passa; amarelo o carro deve começar a desacelerar; verde o carro passa e o pedestre pára. Ou quando se vive um relacionamento e dependendo do que foi conversado, o casal entra em um consenso de que estando juntos só podem ficar entre si.

O que queremos lhe dizer é que as coisas não são colocadas de forma aleatória e sim pensadas de maneira a garantir os meios para exercermos os nossos direitos sem infringir os direitos do próximo e os preceitos da

nutrição, valendo-se do acordo coletivo construído e reconhecido, e estando ciente no ato de sua colação de grau ao enunciar o juramento da profissão.

O Código de Ética e de Conduta do Nutricionista deve ser compreendido como um instrumento de proteção não somente para o nutricionista, mas também para a sociedade atendida por ele, pois, ao fazer a leitura do mesmo e, para o seu correto entendimento, o profissional deve deixar suas amarras de lado e pensar por uma perspectiva que não seja a sua, ou seja, pensar em sua atuação além dos limites das ciências biológicas, pensar também, nos direitos humanos básicos em favor da vida e do bem estar.

Nos próximos capítulos, serão destacados alguns pontos do Código com a finalidade de esclarecer e nortear as ações dos profissionais, conferindo-lhes uma orientação educativa, informativa e reflexiva.



## CAPÍTULO II – ORIENTAÇÕES GERAIS AO SE IDENTIFICAR NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Identificar-se corretamente de forma clara e objetiva é fundamental para entregarmos um breve resumo do que queremos mostrar para o público em geral, seja sobre suas competências profissionais e/ou trazer um lado mais íntimo da pessoa por trás da profissão com o objetivo de exibir um lado mais humano e próximo ao público.

Saber diferenciar estes dois contextos é fundamental e por isso, a seguir, iremos abordar dois tipos de identificação: profissional e pessoal.

### PROFISSIONAL

"Art. 21 É dever do nutricionista identificar-se, informando sua profissão, nome, número de inscrição no Conselho Regional de Nutricionistas de sua respectiva jurisdição, quando no exercício profissional.

Parágrafo único. No caso de possuir outra(s) profissões, o nutricionista pode apresentá-la(s), desde que evidencie que são atuações distintas e que não configuram nova área de atuação ou especialidade do nutricionista."

O artigo acima encontra-se no capítulo 1 do Código que fala sobre responsabilidades profissionais e ilustra o mínimo que precisa ser descrito para apresentar o que seria a sua "ficha profissional".

- Nome
- Profissão
- Inscrição CRN-X nº

Além do que segue no artigo 21, o nutricionista pode ainda detalhar melhor sua identidade profissional acrescentando nesta "ficha" a sua experiência profissional de forma resumida. Lembre-se que esta parte precisa ser clara e objetiva, a fim de não gerar dúvidas. Ainda pode também incluir seu(s) certificado(s) de especialização lato e stricto sensu e seu(s) título(s) de especialista outorgado pela ASBRAN e registrado no CRN, quando possuir, caso tenha interesse em informar ao público, essas informações.

## PESSOAL

É muito comum hoje em dia, em meio às redes sociais, observarmos a vontade dos profissionais de estarem mais conectados com o público, seja para obter um maior engajamento em suas redes sociais, seja para manter seus clientes e/ou captação de potenciais novos clientes. Pois, mesmo em meio ao mundo digital, sabemos que as pessoas gostam de se identificar com quem e com o que se fala, despertando o seu interesse.

Desta forma, constrói-se a necessidade de acompanhar o conteúdo criado e admiração pelo trabalho do profissional.

Almejar essa aproximação com o público é interessante, pois traz uma suavidade ao perfil profissional deixando-o, por vezes, mais acolhedor. Entretanto, é importante que se tenha cuidado com as informações postadas nas mídias sociais, para que o seu papel no mundo online, não afete direta ou indiretamente seu desempenho, como profissional e a imagem da categoria, que precisa ser mais valorizada e respeitada.

### Segue aqui algumas sugestões:

- Mostre de vez em quando quem é você por trás do seu jaleco e postura profissional. Pode ser postando algo que você goste de comer ou beber no final de semana com os amigos, família, etc. Muitas pessoas ainda têm uma visão idealizada de que nutricionistas têm uma rotina "perfeita", sob a perspectiva nutricional, mas somos humanos e entendemos que as dimensões sociais, culturais e emocionais também permeiam a relação com a comida. Vale fazer posts sobre isso;
- Utilizar uma linguagem simples ao comentar sobre algum assunto da nutrição para levar conhecimento às pessoas. Isso contribui para que elas tenham um completo entendimento sobre o que está sendo dito,

podendo despertar o interesse de continuarem acompanhando e recomendando o seu perfil, visto que uma linguagem mais simples é mais agregadora e é menos suscetível a erros;

- Contar um pouco sobre quem é você, sua história, o que gosta de fazer, seus hobbies é outra maneira de se colocar mais próximo (a) das pessoas;

- Falar um pouco sobre a sua forma de abordar a nutrição com seus pacientes no consultório é uma maneira de explicar como é sua conduta, o que você preza, qual o seu objetivo... É uma possibilidade de você estar dando uma "palhinha" de como é a sua abordagem profissional e um modo de proporcionar uma boa impressão, clareza e transparência sobre o seu trabalho;

- Quando utilizar a conta profissional como pessoal também, ter cuidado ao postar fotos de cunho mais pessoal. Uma sugestão interessante seria, por exemplo, postar uma foto sua fazendo referência ao outubro rosa ou uma foto fazendo referência a algum dia ou momento importante para você ou para o mundo. Por exemplo, postar uma foto em família, fazer uma menção a alguém importante para você, falar sobre o dia mundial da alimentação, etc. Deve-se evitar situações mais chamativas para não perder o foco inicial, demonstrando seriedade e ao mesmo tempo o seu lado humano, aquele que possui suas vulnerabilidades, se colocando próximo ao outro. Afinal, a ideia é passar respeito ao mesmo tempo em que demonstra outras camadas suas.

Trazer uma ótica saudável de sua pessoa, sem apelar para um comportamento enganoso e sensacionalista, ao transmitir seu conhecimento, e sempre com respaldo técnico-científico. Pode ser uma forma interessante de estabelecer esta relação profissional-pessoal com as pessoas nas mídias sociais. E que fique claro que não é uma regra, todos temos livre arbítrio e não é proibido usar sua conta pessoal como profissional, mas é apenas uma recomendação e demonstração de como buscar trazer esse lado, quando se almeja isso, sem se "desvirtuar" do caminho. Ou seja, ter uma rede social onde o foco sempre será o profissional, mas também com uma pitada de sua pessoa, outra forma de mostrar o seu diferencial, além de suas capacitações e objetivos profissionais, apresentando um pouco sobre quem você é.



## CAPÍTULO III – ANTES E DEPOIS: UM OLHAR SOBRE O CORPO

*“Art. 58 É vedado ao nutricionista, mesmo com autorização concedida por escrito, divulgar imagem corporal de si ou de terceiros, atribuindo resultados a produtos, equipamentos, técnicas, protocolos, pois podem não apresentar o mesmo resultado para todos e oferecer risco à saúde.*

*§ 1º. A divulgação em eventos científicos ou em publicações técnico-científicas é permitida, desde que autorizada previamente pelos indivíduos ou coletividades.*

*§ 2º. No caso de divulgação de pesquisa científica o disposto no artigo 58 não se aplica.”*

*“... Podem não apresentar o mesmo resultado para todos e oferecer risco à saúde.”*

O que será que esta frase nos traz de significado? O que ela quer nos dizer? Se fôssemos detalhar todos os artigos do CECN no próprio CECN, com certeza ele possuiria mais de 32 páginas. Ao associarmos o nosso embasamento técnico-científico como nutricionista junto com reflexões que vão muito além da nutrição, nos reconhecendo como parte de uma coletividade, isso nos

ajudará a entender melhor as razões por trás dos artigos. Já que foram propostos tendo como base, principalmente, a opinião pública e as transformações da sociedade.

Parece bobo e inofensivo postar fotos de antes e depois de si ou de terceiros em sua(s) conta(s) e/ou website, não é? Como se não pudesse ter nenhum impacto negativo para alguém, além de parecer uma forma de incentivo e poder impulsionar a sua lucratividade, certo?

**Mas que mal isso teria? É o que discutiremos a seguir.**

## MÍDIA, IMAGEM CORPORAL E SEUS EFEITOS

Sabemos que a mídia tem forte influência no comportamento dos indivíduos. Vivemos em um mundo, em que a cultura à estética, cresce cada vez mais e se molda conforme as mudanças da sociedade e sua evolução. Ou seja, o conceito sobre ser belo é mutável, subjetivo e depende do contexto histórico, social e cultural no qual se está inserido.

O avanço das tecnologias ao longo dos anos permitiu a modificação da comunicação tradicional, como o uso dos jornais, revistas, rádio e TV, para adentrar no mundo virtual. Com a chegada do mundo digital, tudo

se tornou mais fácil e rapidamente foram criadas inúmeras alternativas de se fazer marketing, possibilitando numerosas opções de produtos e serviços. Um verdadeiro banquete.

Por um lado, essa inovação foi favorável em muitos aspectos na vida corrida que levamos nos dias de hoje. Contudo, vários estudos apontam a extrema relação da atuação dos veículos de informação na modificação da percepção da imagem corporal. Isso sem mencionar a forte influência das indústrias farmacêutica e de alimentos nesses meios.

A imagem corporal pode ser definida como a representação mental que cada pessoa faz de seu próprio corpo. É uma construção, segundo Amaral, perceptiva, que define a precisão no julgamento do tamanho, forma e peso corporal; e atitudinal, que envolve os componentes afetivos, cognitivos e comportamentais (AMARAL et al, 2019).

Diariamente, estamos expostos a um mundo que constantemente julga impiedosamente nossos corpos. As redes sociais são as maiores produtoras de conteúdos de imagens e vendedoras de "receitas prontas" que não levam em conta o princípio da individualidade. O impacto deste bombardeamento desenfreado, que altera os gostos e comportamentos dos indivíduos, está relacionado com o aumento do quadro de obesidade, transtornos alimentares, procedimentos estéticos e cirurgias plásticas.

Em um estudo feito para avaliar a influência da rede social Facebook sobre a forma como as pessoas reagem ao visualizar imagens que enaltecem e incentivam o "ideal corpóreo" e imagens que se opõe ao culto a estética do corpo, Rigoni, Nunes e Fonseca (2017) puderam perceber que diante das fotos que contrariavam a padronização do corpo, havia uma resposta positiva à aceitação de seus corpos, ao contrário das outras fotos em que as pessoas não só compactuaram com a busca desse "ideal corpóreo", como também não abraçaram a ideia de que existem vários tipos de corpos e que todos são bonitos (RIGONI, NUNES & FONSECA, 2017).

**Ainda acha que é inofensivo postar antes e depois?**

## O PAPEL DO NUTRICIONISTA

Como profissionais da área de saúde e, principalmente como nutricionistas, devemos estar atentos e ampliar a nossa visão. É fato que muitos pensam que ao fazer uma postagem de antes e depois do corpo de um paciente ou de si em suas redes profissionais "Não é nada demais.", "Besteira isso!", "É muito mimimi!"...

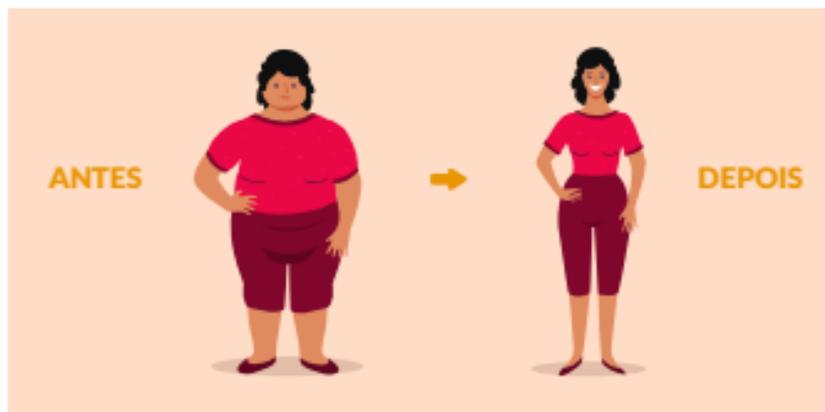
O "mimimi" é a dor no outro que não dói em você, porque na maioria das vezes você nem saberá o que o outro passa, o que o outro sente, principalmente no ambiente virtual, onde as pessoas quase sempre se

mostram felizes e não como de fato são e estão. Por isso é importante ter uma visão sensível. Você não vende corpos, você não manipula pessoas, você trabalha com nutrientes promovendo alimentos, qualidade de vida saudável e equilibrada. Nós não promovemos corpos como qualidade de vida, porque isso não é a função do nutricionista. O corpo é um fator externo, sendo fundamental também, promovermos o cuidado de aspectos não vistos, e que são essenciais para a saúde, de forma mais ampla, como por exemplo, do que o indivíduo vem se alimentando (comidas, pensamentos, atividades, dentre outros).

Mas o que você acha que está sendo transmitido ao associar a sua imagem como nutricionista à imagem corporal?

**Resposta:** Basicamente você está passando a visão de que para ser saudável e estar dentro do que a sociedade sugere como aceitável e bonito, bastaria ter um corpo magro, esbelto, definido e musculoso.

Quando sabemos que corpo definido nem sempre é sinônimo de saúde, afinal, perder peso não é indicativo de uma boa alimentação. Quantas pessoas possuem o tal "shape", mas se alimentam mal? E pessoas "magras normais" que também comem mal? Então por que continuar vinculando imagem corporal como sinal de saúde e sucesso? E isso é um questionamento geral! As pessoas não deveriam fazer este tipo de associação, pois



não prova a sua competência profissional. Você como nutricionista não será um melhor profissional se provar que consegue "transformar" o corpo de alguém.

Além disso, fazer esse tipo de postagem com a alegação de que está "motivando" e incentivando o emagrecimento como estilo de vida saudável ou por ter entregue o resultado que o paciente desejava, não garante que quem está vendo irá procurar um nutricionista.

Na maioria das vezes são estas mensagens sutis, do dia a dia, que contribuem para a sensação de inadequação e vazio na vida do indivíduo. Há diversas outras formas de promover engajamento e demonstrar o excelente profissional que você é sem fazer correlação com a estética corporal. A nutrição é muito complexa para ser simplificada à estética. O que deveríamos

colocar em pauta é a saúde física e mental das pessoas, pois são duas questões que andam de mãos dadas, uma depende da outra.

Do que adianta promover saúde e educação nutricional se, em contrapartida, você pode estar prejudicando a saúde mental de muitas outras pessoas com esse tipo de postagem? Afinal, nas redes sociais, sua mensagem pode chegar a milhares de pessoas diferentes, pessoas que você desconhece e que podem ser impactadas de diversas maneiras.

**E vale lembrar também que:**

**"Art. 20.** É dever do nutricionista manter o sigilo e respeitar a confidencialidade de informações no exercício da profissão, salvo em caso de exigência legal, considerando ainda as seguintes situações:

*I. Impedir o manuseio de quaisquer documentos sujeitos ao sigilo profissional por pessoas não obrigadas ao mesmo compromisso. Caso considere pertinente, o nutricionista poderá fornecer as informações, mediante assinatura de termo de sigilo ou confidencialidade pelo solicitante.*

*II. Respeitar o direito à individualidade e intimidade da criança e do adolescente, nos termos da legislação vigente, em especial do Estatuto da Criança e Adolescente, sendo imperativa a comunicação ao seu responsável de situação de risco à saúde ou à vida."*

Isso porque, muitos profissionais utilizam imagens

de prontuários com os dados antropométricos dos pacientes e outros tipos de informações, por vezes como uma forma de não postar as imagens de antes e depois, mas acabam por infringir o sigilo profissional.

Como sugestão, compartilhe depoimentos de agradecimento pelo seu trabalho e dedicação com o paciente, sem expor o corpo de ninguém e/ou suas informações. O carinho que os seus pacientes têm com você já diz tudo, certo?

## JÁ OUVIU FALAR NO MOVIMENTO CORPO LIVRE?

Tudo começou em 1996 com a fundação da organização The Body Positive Movement, fundada por Connie Sobczak. "Body Positivity" é o movimento que impulsiona a aceitação dos corpos sem a necessidade de se enquadrar a um "padrão". É um meio de questionar a construção social indigesta de que existe um corpo ideal. É promover o amor próprio e a autoaceitação. O movimento ganhou força a partir de 2015 e atualmente têm muitos simpatizantes, que dão voz em prol do empoderamento feminino, incentivando que cada indivíduo seja o que quiser e puder ser, sem discriminação dos corpos.

É sobre isso que precisamos dar voz! Sobre

aceitação, autocuidado e respeito com o próprio corpo. É desmistificar estereótipos frutos do preconceito e de uma criação irreal sobre existir um modelo de corpo mais adequado para a sociedade. As pessoas são diferentes e é isso que deve ser valorizado, e não sobre o tamanho de seu manequim, se possui estria ou não, se tem celulite ou não, se tem alguma deficiência ou não, se é gordo ou magro, independente de gênero e de cor. Temos que enaltecer o que há de positivo em cada um e incentivar a todos um olhar mais compassivo para si. Pois ter um corpo magro não será a solução para todos os problemas. É direcionar o olhar para o que realmente importa e vale a pena.

Lembre-se, cada pessoa é o seu padrão, único e real! Não deve procurar fora o que está aí dentro.

Concluimos que o que está por trás dessas imagens comparativas de corpos segue na contramão disso tudo. Ou seja, reforça e valoriza a existência de um corpo ideal, não considerando todo o arcabouço científico que associa esse tipo de prática ao aumento de transtornos alimentares influenciados pelas mídias. É modificar a percepção do outro direta ou indiretamente sobre ser saudável, comprometendo assim, a saúde em geral.

Não atrole a saúde para tentar gerar motivação e, muito menos, lucro.

“Mente sana in corpore sano.”

## CAPÍTULO IV – USO DE EMBALAGENS PARA FINS EDUCATIVOS

*“Art. 59 É direito do nutricionista fazer uso de embalagens para fins de atividades de orientação, educação alimentar e nutricional e em atividades de formação profissional, desde que utilize mais de uma marca, empresa ou indústria do mesmo tipo de alimento, produto alimentício, suplemento nutricional e fitoterápico e que não configure conflito de interesses.”*

Como o artigo já manifesta, é um direito do profissional de nutrição, exercer a atividade com intuito educacional para elucidar e colorir o pensamento das pessoas para que estas possam fazer melhores escolhas ao se alimentarem, quando forem ao mercado, por exemplo, ou qualquer outra prática parecida do cotidiano. Ou seja, aprender para pôr em prática na sua rotina.

Há diversas maneiras de como o nutricionista pode ilustrar esta atividade, seja criando postagens comparativas de um mesmo produto, mas utilizando marcas diferentes, com a finalidade de ensinar a fazer uma leitura adequada de rótulos; seja criando postagens que induzem o indivíduo, a pensar e ser participativo ao questionar: “Você sabe escolher X-produto?” “Qual você prefere?”, etc., trazendo uma pergunta e discorrendo

sobre o assunto desejado na legenda; seja criando posts que sugerem trocas mais saudáveis, entre outros.

Independentemente de como for a sua abordagem, o mais importante é não se esquecer de utilizar mais de uma marca e do mesmo tipo de produto.

Podem ser duas? Pode!

Podem ser três ou mais? Pode também!

Assim, você amplia a gama de exemplos e sugestões, sem gerar atritos ou conflito de interesses.

E lembre-se, fica desobrigado esconder as marcas dos produtos, desde que se utilize mais de um e tendo como objetivo passar ensinamento. Eduque, ajude na construção do senso crítico com ética e sabedoria.

Amplie seu leque de exemplos e também as ideias a serem passadas! Utilizar embalagens para fins de atividades de orientação, educação alimentar e nutricional, como aborda o artigo, vai muito além de falar sobre rotulagem nutricional, que não deixa de ser uma pauta muito importante, mas também pode aproveitar as embalagens e fazer uma ligação com as DCNT com informações que auxiliem este público, falar sobre diferença entre produtos diet x light, integral x refinado, ultraprocessados x in natura, e assim por diante.

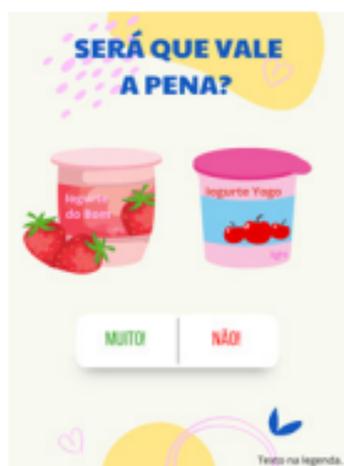
Seja livre nos temas, mas sempre com respaldo técnico-científico nas suas abordagens e lembre-se de usar mais de uma marca ao conduzir o assunto. Além disso, evite aquele tipo de discurso terrorista criando uma visão de alimentos “bons” versus “ruins”, ou “permitidos” e “proibidos”

A seguir, apresentamos o quadro “Expectativa X Realidade”, respectivamente, para ilustrar tudo o que foi citado até o momento, onde:

“Expectativa” = o que se espera

“Realidade” = como vem ocorrendo com maior frequência

## EXPECTATIVA X REALIDADE



EXEMPLO 1



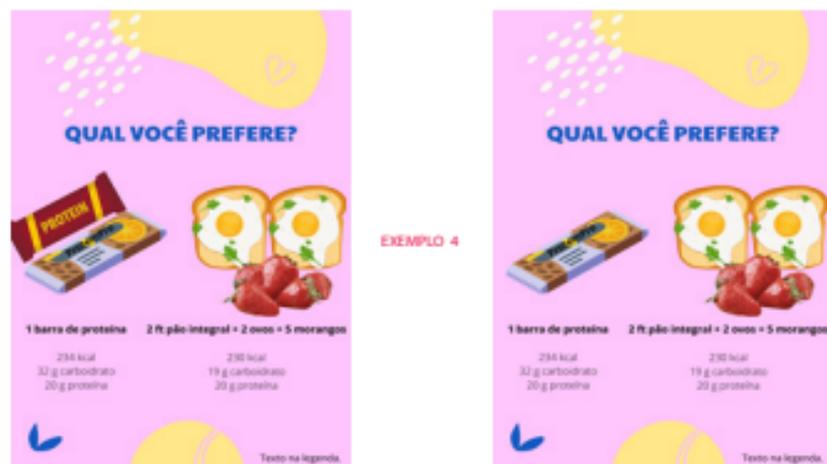


EXEMPLO 2



EXEMPLO 3





Geralmente, esses tipos de publicações são feitas com o objetivo de ajudar as pessoas a entenderem o que pode estar prejudicando o seu plano alimentar, a terem uma melhor compreensão sobre as informações contidas nos rótulos, pois possuem vocabulário mais técnico, e incentivar as trocas inteligentes para melhorar escolhas e desmascarar mitos. Porém, é importante ficar atento e lembrar do CECN ao elaborar a parte gráfica e a linguagem não verbal do seu post.

Em todos os exemplos é possível perceber que o problema é o mesmo, pois é a forma que comumente acontece. Repare que independe do modo como irá conduzir a postagem: se será indicando uma receita rápida, induzir a uma escolha mais saudável e nutritiva ou abordar sobre rotulagem nutricional, etc.

## Mas onde está o problema?

No uso exclusivo de uma embalagem, quando o correto seria utilizar duas ou mais embalagens de marcas diferentes do mesmo tipo de produto para trabalhar na sua publicação. Ou seja, se deseja fazer um post comparando produtos é necessário que dê, pelo menos, duas sugestões de cada produto, sempre que houver mais de uma opção. Como assim? Se eu elaborar um post que fale sobre torradas e cream cracker, eu preciso apresentar duas marcas de torradas e duas de cream cracker, pois são produtos diferentes. Se no meu post eu quiser falar sobre whey protein, eu preciso colocar, ao menos, duas marcas desse produto, e assim por diante.

Lembrando que dois exemplos de cada produto é o mínimo, ou seja, você pode sugerir mais opções para o seu público caso desejar, como ilustra o exemplo 2. Caso contrário, com apenas uma embalagem e ainda identificando a marca, além de infringir o CECN você promove uma propaganda do produto. Fique atento!

## CAPÍTULO V – HONORÁRIOS, PROMOÇÕES E SORTEIOS

*“ Art. 57 É vedado ao nutricionista utilizar o valor de seus honorários, promoções e sorteios de procedimentos ou serviços como forma de publicidade e propaganda para si ou para seu local de trabalho. ”*

A nova resolução do Código de Ética e de Conduta do Nutricionista foi atualizada conforme as movimentações da sociedade e também através do posicionamento de vários profissionais e estudantes, por meio da consulta pública realizada, como já foi abordado nesse ebook.

Com esta questão lembrada, discorreremos a respeito desse artigo para entendermos o motivo por detrás dele.

### VEDADO POR QUÊ? QUAL O PROBLEMA DISSO?

**Promove  
concorrência  
desleal**

**Desvaloriza  
a categoria**

**Desvaloriza a  
sua formação**

## COMO?

É fato que a concorrência está presente em muitos aspectos da vida e do mundo. A questão é em como ela se faz presente e no que pode ocasionar nos contextos aos quais se insere.

Se o objetivo maior da profissão de nutricionista é prezar pela saúde e segurança alimentar e nutricional das pessoas, isso deve ser o que rege suas condutas e escolhas, então pensemos:

### *1- O que a sua postura carrega consigo?*

A criação de uma disputa por clientes, onde o foco vira uma corrida para ver quem chega primeiro.

### *2- O que a sua postura transmite para o público?*

De um modo geral, esse tipo de promoção, dentro da área da saúde, não é bem vista pelo público em geral, principalmente por potenciais clientes. Muitas vezes, pode atrair pessoas que não estavam em busca de ajuda nutricional e de um profissional qualificado, mas naquele momento, devido a promoção/sorteio resolveu aproveitar a oportunidade. Esse contexto dificulta a adesão do paciente/cliente com uma possível não continuidade do acompanhamento nutricional e bastante frustração do profissional. Portanto, a intenção com esse tipo de postagem não só não ajuda como pode

prejudicar a imagem do profissional e atrair pessoas pouco comprometidas com o propósito de melhorar a alimentação e estilo de vida.

### *Ainda não se convenceu?*

Então vamos falar sobre os algoritmos das redes sociais, principalmente do Instagram, mídia social em alta, usada tanto para práticas pessoais quanto profissionais.

## ALGORITMOS NA TECNOLOGIA

O termo "algoritmo" utilizado na tecnologia é um conjunto de procedimentos que uma plataforma precisa para alcançar o resultado desejado, para executar uma tarefa específica. É muito importante para melhorar as plataformas digitais em consonância com o entendimento do comportamento humano na internet. Em suma, algoritmos são uma sequência de instruções com um determinado objetivo. Cada rede social cria seus algoritmos conforme desejam moldar a sua plataforma digital.

Através desta inteligência artificial, o algoritmo do Instagram, por exemplo, capta dados do sistema para estabelecer uma melhor interação para o usuário; seja mostrando as publicações mais relevantes com base nas pesquisas e gosto do usuário, etc., o algoritmo entende o perfil de cada um e molda o aplicativo para que seja uma experiência única de acordo com o perfil de cada pessoa.

### 3- O que acontece quando você faz sorteios no Instagram?

Sorteios aparentam ser uma opção bastante vantajosa e conveniente para criar engajamento e atrair clientes, mas pensar somente por este lado pode acabar atrapalhando. Isso porque, ao fazer um sorteio, você atrairá todos os tipos de perfis para sua rede social, o que parece interessante, mas na maioria dos casos são usuários que estão interessados em apenas ganhar o prêmio, sem criar vínculo com o seu perfil profissional e/ou se tornar um novo paciente. Independente de quantos seguidores você possua, o conteúdo não chegará para quem você realmente deseja alcançar e não terá o resultado que você espera.

Se você almeja ter engajamento e alcance, o algoritmo do Instagram valoriza conteúdos que são relevantes para os seus seguidores, ou seja, suas postagens precisam ter um foco e para isso é importante entender quem são as pessoas que te seguem, caso contrário, o aplicativo entende que as pessoas que estão ali não possuem os comportamentos necessários para que a sua conta se torne notável.



## SOBRE A BLACK FRIDAY

Depois desta breve construção em que foi apresentado como funciona um pouco a questão dos algoritmos e como eles podem impactar no seu perfil, vamos refletir.

### *Para que insistir em promoções de Black Friday?*

Como nutricionista você pode e deve, caso queira, utilizar os meios de comunicação, como expressam os artigos 53 e 55 do CECN, desde que o intuito maior seja pautado na promoção da saúde e da educação alimentar e nutricional. Utilizar as redes sociais para alcançar mais pessoas, enaltecendo a importância da nossa profissão, através da disseminação do conhecimento adquirido em sua(s) formação(s) e estudos e, desta forma, transmitir informações corretas com respaldo técnico-científico de forma ética, tendo a promoção de saúde como princípio básico e como objetivo de atuação, não como uma mercadoria.

## Afinal, o que fazer então?

Entre você e seu paciente, poderá ocorrer um acordo e estabelecer preços de serviços e/ou pacotes. No ato da consulta, a negociação é livre. Redes e mídias sociais não são locais apropriados, muito menos consultórios online para o exercício de atividade nesse campo. Poderá ter também valores diferenciados para alunos de academias, funcionários de empresas, por exemplo, sem que haja divulgação de valores como forma de publicidade e propaganda. De maneira resumida, o acordo sobre desconto poderá ocorrer apenas no contexto da consulta.



Gostei da sua proposta de trabalho e não queria deixar de cuidar da minha saúde e bem estar. Você trabalha com pacotes?



Não trabalho com pacote, mas podemos marcar duas consultas com intervalo de 1 mês e reduzir 20% no valor das consultas. O que acha?



## CAPÍTULO VI – EXERCÍCIO ILEGAL DA PROFISSÃO

*“Art. 9º É direito do nutricionista a garantia e defesa de suas atribuições e prerrogativas, conforme estabelecido na legislação de regulamentação da profissão e nos princípios firmados neste Código.”*

Se um nutricionista habilitado que possui capacitação e qualificação para falar sobre alimentação e nutrição nas redes sociais pode causar impacto negativo, dependendo da maneira como realiza esta atividade, como vimos no capítulo três, imagine uma pessoa não habilitada.

### **E vale lembrar também que:**

*“Art. 25 É vedado ao nutricionista instrumentalizar e ensinar técnicas relativas a atividades privativas da profissão a pessoas não habilitadas, com exceção a estudantes de graduação em Nutrição.”*

Assim sendo, neste capítulo será abordada a prática ilegal do exercício da profissão por leigos e outros profissionais exercendo atividades privativas do nutricionista, esclarecendo como funcionam as denúncias recebidas pelo CRN-4.

## *Primeiramente, você sabe como fazer uma denúncia destinada a leigos?*

Essa etapa é fundamental para formalizar adequadamente uma denúncia e garantir um efetivo encaminhamento.

Muitas pessoas costumam encaminhar publicações ou marcar o CRN-4 nos comentários de postagens nas redes sociais, principalmente no Instagram e Facebook ou enviar para o Whatsapp de um Conselheiro do CRN-4, quando um indivíduo leigo exerce uma atividade privativa do nutricionista. Porém, esse não é o canal correto para denunciar.

A partir de agora, seguiremos o passo a passo de como realizar uma denúncia contra o exercício ilegal da profissão.

Ao entrar no site do CRN-4, logo na página inicial, clique no ícone "Registre sua denúncia" que te direcionará para outra página, onde você irá clicar em "Denúncia fiscal" e clique na opção, "Exercício ilegal da profissão". Nessa página, estarão todas as instruções de como executar a denúncia, quais os dados necessários, qual a forma que você irá realizar a denúncia fiscal, podendo ser do tipo identificada, sigilosa ou anônima.

## Qual a diferença entre as três?

**Identificada:** permite comunicação com o CRN-4 e acesso ao andamento da apuração. Em casos de exercício ilegal da profissão de nutricionista, autoriza a divulgação de seu nome em representação do CRN-4 a outros órgãos.

**Sigilosa:** permite comunicação com o CRN-4 e acesso sobre o andamento da apuração. Internamente o CRN-4 sabe todos os dados do denunciante, mas não são divulgados para o denunciado.

**Anônima:** o denunciante não terá acesso ao andamento e caso o CRN-4 precise de mais informação, a mesma não será possível, pois nesse tipo de denúncia não há obrigatoriedade de você fornecer seus dados.

Ressaltamos a importância de colocar todas as informações possíveis, com o máximo de detalhes e provas suficientes para dar continuidade ao andamento da denúncia e evitar que seja arquivada.

Após formalizá-la, o CRN-4 recebe e apura todos os dados. Sendo estes suficientes, o CRN-4 encaminhará a denúncia de exercício ilegal da profissão para os órgãos competentes, podendo ser ou o Ministério Público, ou a Polícia Civil.

## *Por que a denúncia fiscal é encaminhada e não resolvida pelo próprio CRN-4?*

Ao CRN-4 cabe apenas apurar e encaminhar devidamente as denúncias fiscais contra leigos aos órgãos competentes que tomarão as medidas cabíveis. Em relação às denúncias éticas, constatando indícios de infração ao CECN, o CRN-4 poderá orientar ou instaurar processo ético disciplinar dos profissionais do RJ e ES. Aos profissionais de outros regionais, a denúncia é encaminhada para o regional de direito por ofício e arquivada no CRN-4. Lembrando que a abertura de processo ético é uma oportunidade de esclarecimento, não significa obrigatoriamente em aplicação de penalidade.

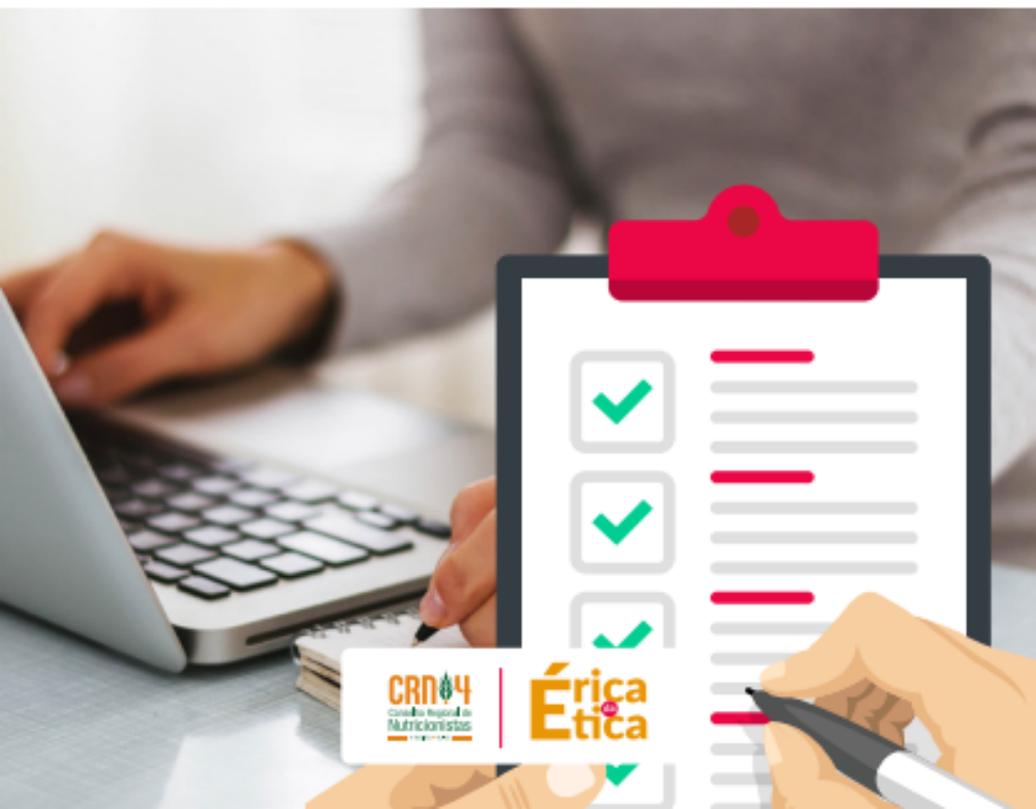
## *E quando é um profissional de outra área da saúde exercendo a nutrição ilegalmente?*

Será necessário realizar a formalização da denúncia do tipo fiscal e, após apuração e tendo as provas necessárias, o CRN-4 encaminhará para o respectivo Conselho daquele profissional.

## Recapitulando...

Ao identificar um caso de exercício ilegal da profissão:

- Identifique a pessoa física ou jurídica a ser denunciada;
- Recolha todas as evidências que conseguir;
- Descreva detalhadamente sobre o caso no ato de formalizar a denúncia;
- Certifique-se que todos os dados estejam coerentes e corretos;
- Preste atenção ao escolher a forma como irá realizar a denúncia, caso queira acompanhar.



## CAPÍTULO VII – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**Art. 60** *É vedado ao nutricionista prescrever, indicar, manifestar preferência ou associar sua imagem intencionalmente para divulgar marcas de produtos alimentícios, suplementos nutricionais, fitoterápicos, utensílios, equipamentos, serviços, laboratórios, farmácias, empresas ou indústrias ligadas às atividades de alimentação e nutrição de modo a não direcionar escolhas, visando preservar a autonomia dos indivíduos e coletividades e a idoneidade dos serviços.* ”

**Art. 63** *É vedado ao nutricionista fazer publicidade ou propaganda em meios de comunicação com fins comerciais, de marcas de produtos alimentícios, suplementos nutricionais, fitoterápicos, utensílios, equipamentos, serviços ou nomes de empresas ou indústrias ligadas às atividades de alimentação e nutrição.* ”

“Ah, mas eu utilizo a marca, é consumo próprio, por isso postei. ”

“Ah, mas eu fui contratada pela empresa... ”

“Foi apenas um agradecimento pela lembrança que recebi. ”

“Quanta besteira! Não entendo qual o problema disso? ”

São muitos os comentários quando o assunto é sobre publicidade e propaganda. Seja com tom de dúvida, justificativa ou indagações. Por isso, este capítulo será dedicado para tratar dos artigos que englobam esse tema, a fim de tornar esclarecida essa questão.

## *Afinal, qual o problema disso?*

- 1- O nutricionista não deve manifestar preferência por uma ou outra marca, pois trabalha com o alimento ou o nutriente, que não possuem marca;
- 2- Mesmo que você tenha comprado o produto, não deve mostrar a marca;
- 3- Em suas redes sociais, seus seguidores não sabem se você de fato faz uso, se realmente gosta ou se está sendo pago(a) para isso;
- 4- Divulgar produtos não é atribuição do nutricionista;
- 5- A função de marketing fica designada pela própria empresa do produto;
- 6- Nutricionista é profissional de saúde e não "garoto(a)- propaganda".

"Mas todo mundo faz!"

Muitos profissionais fazem por desinformação ao CECN.

E se "todo mundo" faz, no que você se diferencia?

## *No que se fundamenta o artigo 60?*

O nutricionista, ao vincular sua imagem a publicidade e propaganda " de produtos alimentícios, suplementos nutricionais, fitoterápicos, utensílios, equipamentos, serviços, laboratórios, farmácias, empresas ou indústrias ligadas às atividades de alimentação e nutrição ", induz as pessoas a fazerem uso da marca Y de uma X coisa, pois querendo ou não, sua imagem profissional lhe configura autoridade, transmitindo confiança para o público. Por isso, o profissional em sua prescrição em uma consulta, deverá pautar a sua conduta sempre para promover o poder de escolha dos indivíduos e coletividades e a idoneidade dos serviços. Conduta essa que deve ser mantida também nos meios de comunicação, conforme orienta o artigo 63, pois são nas redes sociais onde há maior ocorrência desse tipo de publicidade ou propaganda.

### *O que quer dizer?*

O nutricionista deve tomar decisões que não configurem interesse próprio e/ou qualquer tipo de ação para obter vantagens pessoais.

É uma grande responsabilidade, pois devemos priorizar sempre a promoção da saúde. Nem todos os produtos e serviços serão apropriados para todas as pessoas, e o fato de muitas vezes não enfatizar que as pessoas são únicas e que os resultados podem não

ocorrer da mesma forma para todos, pode gerar conflito de interesses e ocasionar impacto negativo na saúde.

## *O que é exatamente conflito de interesses?*

O glossário do CECN explica:

"É o conjunto de condições nas quais o julgamento de um profissional a respeito de um interesse primário tende a ser influenciado indevidamente por um interesse secundário."

Ou seja, quando qualquer outro motivo com cunho pessoal antecede a promoção da saúde. É o que acontece quando se faz divulgação de produtos, por exemplo. O profissional sabe que não deve, mas faz por alguma razão.

## *E sobre receber amostras de produtos?*

O nutricionista pode receber amostras de produtos e oferecer para os seus pacientes desde que não caracterize conflito de interesses e que disponibilize mais de uma marca, sempre que possível.

## *E quando o estilo de vida do profissional entra em atrito com o Código?*

Exemplo: nutricionista que é fisiculturista.

Sabemos que, em alguns casos, pessoas que se dedicam ao fisiculturismo costumam receber patrocínios e em troca fazem publicidade e propaganda daquela marca e/ou serviço. O problema é quando o profissional nutricionista, que possui esse estilo de vida, utiliza o mesmo ambiente virtual para fazer isso.

### *O que fazer então?*

Nesses casos, se faz fundamental que haja dois perfis: o profissional, onde se dedicará a nutrição, e outro voltado ao fisiculturismo, sem que haja vínculo de imagem da profissão com a divulgação de produtos e serviços como fisiculturista, evitando assim que entre em conflito com o CECN.



## CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUTA DO NUTRICIONISTA (CECN) E CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC)

Você sabia que o CECN e o CDC se relacionam?

O capítulo III, Dos Direitos Básicos do Consumidor, Art. 6, aborda alguns temas importantes que podem ser correlacionados com a conduta do nutricionista nos meios de comunicação, principalmente nas redes sociais.

A cartilha do consumidor apresenta alguns destes direitos, tais como:

**I. Proteção da vida e da saúde: antes de comprar um produto ou usar um serviço a pessoa deve ser informada sobre os possíveis riscos que um “x” produto ou serviço podem oferecer à saúde ou à segurança.**

Um análogo com o exercício do nutricionista seria a respeito do cuidado que se deve ter ao prescrever algo para o paciente e analisar de forma individualizada se o produto adequa-se ao perfil do mesmo.

Entender que a imagem profissional gera credibilidade e que a sua opinião influencia as

peças se faz necessário e fundamental antes de cogitar vincular sua imagem à publicidade e propaganda.

## **II. Educação para o consumo: o direito de receber orientação sobre o consumo adequado e correto dos produtos e serviços.**

A influência do vínculo da imagem do profissional de nutrição ou vínculo de cargo que pode causar nas pessoas vai muito além de adquirirem algo que talvez não lhes servisse, mas também, a inexistência do cuidado ao administrar corretamente aquele produto ou utilização daquele serviço, pois como já se sabe, cada pessoa deve receber um olhar individualizado de acordo com seu estado de saúde e particularidades, pois na maioria dos casos, isso não se faz presente nas redes sociais, o que pode ocasionar de a pessoa adquirir um produto ou serviço, sem ao menos saber se é acertado para ela e sem nenhuma orientação individualizada, adequada para seu devido uso e/ou manipulação.

## **III. Liberdade de escolha de produtos e serviços: o direito de escolher o produto ou serviço que achar melhor.**

É importante que o nutricionista sempre preserve e leve em conta as condições alimentares, socioeconômicas etc. dos indivíduos, como diz o

artigo 37, dando-lhes sempre a autonomia de escolha e havendo a necessidade de prescrever algo, poderá indicar algumas marcas para um mesmo fim, ficando ao critério do paciente escolher qual irá utilizar (art. 60), sem que haja manifestação de preferência ou divulgação.

Nas redes sociais, onde inúmeras pessoas diferentes entre si se fazem presentes, o cuidado deve ser redobrado e sua conduta deverá ser individualizada, sem caráter oportuno de obter vantagem e sem induzir o cliente a obter tal marca, sempre com a finalidade de auxiliar levando em conta a autonomia e as condições de seu paciente.

Em caso em que se faça necessário utilizar algum produto a fim de orientar e/ou educar, deverá seguir ao que prossegue no artigo 59 do CECN e tendo sempre como propósito o que segue no artigo 55 do mesmo.

**IV. Proteção contra publicidade enganosa e abusiva: O direito do consumidor de exigir que tudo o que for anunciado seja cumprido. Se o que foi prometido no anúncio não for atendido, o consumidor tem direito de cancelar o contrato e receber a devolução da quantia que havia pagado.**

Conforme o artigo 56, capítulo IV, do CECN fica vedado divulgar informações, utilizar estratégias

que possam trazer prejuízos à população, seja com mensagens enganosas ou sensacionalistas e alegar exclusividade ou garantia dos resultados de produtos, serviços ou métodos terapêuticos. É vedada tal conduta pelo profissional nutricionista e é um direito do indivíduo garantido pelo Código de Defesa do Consumidor.

## *O que podemos concluir?*

Ambos, CDC e CECN, possuem a finalidade de garantir o cuidado e a segurança das pessoas, pautando-se na promoção e defesa da saúde em sua ampla abrangência. Além disso, ambos os Códigos discorrem sobre a importância dos indivíduos terem conhecimento dos seus direitos para obterem ou oferecerem serviços mais íntegros, responsáveis, que prezam pelo bem estar e educação das pessoas. E assim, termos serviços, produtos, consumidores e profissionais nutricionistas mais informados e engajados sobre seus direitos, ou suas condutas ou em como posicionar-se diante de alguma circunstância.

## *SUPLEMENTAÇÃO X ALIMENTAÇÃO*

A cada dia que passa, a pauta sobre suplementação vem ganhando mais força. A quantidade de produtos voltados a suplementos alimentares é tão crescente quanto o número de pessoas que aderem o seu uso, no

dia a dia, impulsionada por divulgações e anúncios que crescem na mesma proporção.

Suplementos alimentares podem ser muito bons dependendo da sua finalidade e funcionalidade, e de fato são muito práticos, acompanhando a correria de se viver em um mundo globalizado.

Porém, muitas vezes a forma como a publicidade tem sido feita, até mesmo por parte de profissionais da saúde, não somente nutricionistas, preocupa.

Primeiro que, se tratando da área da nutrição especificamente, não deveriam existir anúncios e propagandas realizadas por nutricionistas, exceto para fins de atividades educativas, como elucida o artigo 59 do CECN.

Segundo que, ao fazer essas divulgações e a forma como muitas vezes vem sendo feita, gera motivo de preocupação. Isso porque, os suplementos foram colocados em um pedestal como a melhor maneira de conquistar o que se deseja: seja um whey protein para ganho de massa muscular, uma creatina para ganho de força e potência, etc. Cria-se uma imagem de que apenas a suplementação pode garantir resultados, em detrimento dos alimentos, de um plano alimentar que seja direcionado a um X objetivo. Por conta disso, as pessoas aderem ao uso de suplementos variados, deixando de lado o sentido de se ter uma boa

alimentação, sem muitas vezes saber se está apta ou não a utilizar, quando a alimentação por si só poderia dar conta de oferecer tudo o que o corpo precisa.

O ponto é que nem sempre a suplementação se faz necessária. Algumas pessoas realmente não poderão fazer uso ou, não seria adequado, por hora. Afinal, não há nada nos suplementos que não se consiga pelos alimentos e, em geral, a recomendação se atenta para idosos e atletas que precisam de um volume grande de proteínas, quando se trata disso, ou em casos específicos de saúde, seja uma deficiência nutricional ou algum outro problema de saúde.

Usar a narrativa de que qualquer pessoa pode fazer uso do produto e induzir desnecessariamente o uso, sem levar em consideração a individualidade dos casos e o direito do próximo, traz riscos para a saúde.

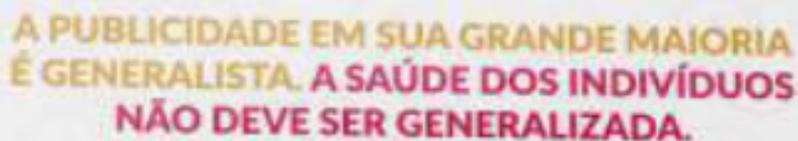
Vale ressaltar o que nos diz o artigo 38 do CECN:

*"Art. 38. É dever do nutricionista adequar condutas e práticas profissionais às necessidades dos indivíduos, coletividades e serviços visando à promoção da saúde, não cedendo a apelos de modismos, a pressões mercadológicas ou midiáticas e a interesses financeiros para si ou terceiros."*

É direito do nutricionista, conforme resolução CFN nº 656/2020, prescrever suplementos alimentares como forma a complementar o plano alimentar. Caso contrário, configura imperícia e imprudência.

Nas redes sociais a negligência só aumenta. As pessoas ficam mais suscetíveis quando existe a chancela do profissional de saúde. Ao fazer divulgação, muitas pessoas acabam utilizando suplementos sem saber a quantidade ideal para o seu organismo, se realmente precisam, ou se estarão sobrecarregando desnecessariamente o seu organismo.

A publicidade em sua grande maioria é generalista. A saúde dos indivíduos não deve ser generalizada.



**A PUBLICIDADE EM SUA GRANDE MAIORIA  
É GENERALISTA. A SAÚDE DOS INDIVÍDUOS  
NÃO DEVE SER GENERALIZADA.**

## REFERÊNCIAS

SOUZA, T. S. N. et al. Código de ética do nutricionista: um processo de construção coletiva. 2016. Disponível em: <[BRASIL. CFN. Código de Ética. Disponível em: <<https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/04/codigo-de-etica.pdf>> Acesso em: 02/11/2021.](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537535/mod_resource/content/2/2020%20E%CC%81tica%20Prof%20Text%20Aula%206.pdf#:~:text=O%20primeiro%20C%C3%B3digo%20de%20C3%89tica,nutricionistas%20(CFN%2C%201981)> Acesso em: 15/10/2021.</a></p></div><div data-bbox=)

AMARAL, A; STICE, E; FERREIRA, M. Estudo controlado de um programa de prevenção de transtornos alimentares baseado em dissonância com meninas brasileiras. *Psicol. Reflexo. Crit.* vol.32 Porto Alegre 2019 Epub 12 ago 2019. Doi: 10.1186/s41155-019-0126-3

RIGONI, A. C. C; NUNES, F. G. B; FONSECA, K. M. O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social Facebook: implicações para a educação física escolar. *Motrivivência, Florianópolis/SC*, v. 29, n. esp., p. 126-143, dezembro/2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2017v29nespp126/35558>> Acesso em: 12/11/2021.

DA SILVA, B. O.; RAMOS, R. W. O. *A influência da mídia no comportamento alimentar e imagem corporal: uma revisão integrativa*. Maceió, 2020. Trabalho de conclusão de curso (bacharel em nutrição). Centro Universitário Tiradentes, Maceió, 2020. Disponível em:  
<<https://openrit.grupotiradentes.com/xmlui/handle/set/3896>> Acesso em: 12/11/2021.

COUTINHO, E. J; SOARES, M. J; CASTRO, N. R. *Relação entre a imagem corporal e os comportamentos alimentares com os transtornos alimentares anorexia nervosa e bulimia nervosa*. V. 8, n. 1, 2016. Disponível em:  
<<https://academico.univicosa.com.br/revista/index.php/RevistaSimpac/article/view/740>> Acesso em: 16/11/2021.

MATOS, T. C; COSTA, T. *Distorção de imagem corporal em mulheres frequentadoras de academia*. v. 1, n. 1, 2019. Disponível em:  
<<http://revistas.unilago.edu.br/index.php/revista-cientifica/article/view/191>> Acesso em: 16/11/2021.

DE OLIVEIRA, A. P. G. et al. *Transtornos alimentares, imagem corporal e influência da mídia em universitárias*. *Revista de enfermagem da UFPE*, v. 14, 2020. Disponível em:  
<<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1102770>> Acesso em: 18/11/2021.

VOLPATTO, D. P; BENETTI, F. *Imagem corporal e risco para desenvolvimento de transtornos alimentares: uma revisão integrativa da literatura*. *Ciências Biológicas e Ciências da*

Saúde, v. 45, n. 169, 2021. DOI:  
<https://doi.org/10.31512/persp.v.45.n.169.2021.110.p.115-127>

PEPINO, Luciana. *Body positive: entenda o movimento e sua importância*. São Paulo, 03 mar. 2020. Disponível em:  
<<https://www.lucianapepino.com.br/blog/body-positivity-movimento/>> Acesso em: 22/11/2021.

MIGLIORUCCI, Marina. *Não faça sorteios*. São Paulo, 19 ago. 2021. Disponível em:  
<<https://www.portaldamari.com.br/post/63840-nao-faca-sorteios>> Acesso em: 07/12/2021.

BRASIL. CRN4. *Tipo de Denúncia*. Disponível em:  
<<http://www.crn4.org.br/media/new/tipodenuncia.phtml>>  
Acesso em: 14/12/2021.

BRASIL. CRN4. *Denúncia Ética*. Disponível em:  
<<http://www.crn4.org.br/media/new/denunciaetica.phtml>>  
Acesso em: 17/12/2021.

GOLDIM, J. R. *Conflito de interesses na área da saúde*.  
<<https://www.ufrgs.br/bioetica/conflit.htm>> Acesso em:  
17/12/2021.

BRASIL. PROCON. *Cartilha do Consumidor*. Disponível em:  
<<http://www.procon.al.gov.br/legislacao/cartilhadoconsumidor.pdf>> Acesso em: 17/12/2021.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm)> Acesso em: 20/12/2021

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NUTRIÇÃO. Proteína, suplementos, nutrição e muita discussão. Disponível em: <<https://www.asbran.org.br/noticias/proteina-suplementos-nutricao-e-muita-discussao>> Acesso em: 21/12/2021.