

Parecer Técnico CRN-3 Nº 05/2014

O Nutricionista e a Mídia

O relacionamento do nutricionista com a mídia, imprensa, falada, televisiva e eletrônica destacando a publicidade de marcas de produtos ou nome de empresas que fabricam, manipulam ou comercializam alimentos, produtos ou subprodutos alimentares/farmacêuticos, materiais, equipamentos e/ou serviços de sua área de atuação devem estar de acordo com o Código de Ética do Nutricionista (Resolução CFN nº 334/2004 e Resolução CFN nº 541/2014).

O CRN-3 esclarece e orienta:

- O nutricionista deverá identificar-se com seu nome, número de inscrição e título profissional para divulgação de aspectos técnicos dos produtos ou serviços, orientação do seu uso e indicação de possíveis efeitos à saúde, sem mencionar ou vincular marcas comerciais ou nome de empresas (artigo 5º, inciso III; Artigo 22º, inciso III);
- O conteúdo divulgado/anunciado pelo nutricionista deve apresentar embasamento em evidências científicas, atender à legislação sanitária, expressar conceitos de consenso da categoria e apresentar comprovados benefícios à saúde (artigo 7º, incisos IX e X);
- O nutricionista tem o dever de preservar o decoro profissional e responsabilizar-se pelas informações prestadas, não devendo utilizar a mídia como forma de autopromoção ou sensacionalismo (artigo 5º, inciso VI; artigo 21º; artigo 22º, inciso I);
- A publicidade de produtos ou empresas, quando veiculada na mídia, não deve conter o nome e/ou o título do nutricionista (artigo 22º, inciso III);
- A publicidade dirigida a profissionais da saúde, participantes de eventos técnico-científicos, eventos da categoria e similares, poderá ser feita por nutricionistas e incluir a sua identificação profissional.

Colegiado 2014/2017