

Política de comunicação institucional para o Conselho Regional de Psicologia de São Paulo

Coordenação de Comunicação

2025

SUMÁRIO EXECUTIVO	5
Estrutura geral da Política	6
APRESENTAÇÃO	7
INTRODUÇÃO	9
Uma política de comunicação pública	9
Princípios institucionais	10
Respeito e promoção dos Direitos Humanos	11
Transparência	12
Orientação	13
Efetivação de funções precípua do Conselho Regional de Psicologia	13
Princípios constitucionais aplicáveis à comunicação pública	13
Legalidade	14
Impessoalidade	15
Moralidade	15
Publicidade	16
Eficiência	16
Implementação e gestão desta Política	16
ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO	17
Comissão de Comunicação Institucional (ComCom)	17
Recursos	17
Atribuições	17
Gerência de Relações Institucionais	19
Recursos	19
Atribuições	19



	3
Coordenação de Comunicação	20
Recursos	20
Atribuições	20
CANAIS, SERVIÇOS E PRODUTOS	26
Canais oficiais	26
Site institucional	26
Redes sociais	26
Produtos	28
Psicologia em Ação	29
CRP SP Acontece	29
CRP SP Informa	29
CRP SP Articula	30
CRP SP Representa	30
CRP SP Debate (lives)	30
Calendário de datas comemorativas	30
CRP SP na Mídia	31
Comunicação integrada	31
Notas de pesar	31
Informe interno	33
Publicações diárias	33
Jornal Psi	33
Identidade visual da gestão	34
Cadernos Temáticos	35
SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO E COMO SOLICITÁ-LOS	38
Solicitantes	38
Como solicitar serviços de comunicação	38
Serviços	39
Campanhas	39
Serviços editoriais	41
Formulários e suas funções	42



APÊNDICE A — REDAÇÃO OFICIAL: NORMAS GERAIS

44

Nome da autarquia e de seus órgãos

44

CRP SP e suas sedes

44

Comissões

45

Unidades administrativas

46

**APÊNDICE B — DIRETRIZES PARA A COMUNICAÇÃO DE CONSELHEIRAS/OS E
TRABALHADORAS/ES DO CRP SP NAS REDES SOCIAIS**

48

Orientações gerais

50

Dicas de comunicação *on-line*

51

SUMÁRIO EXECUTIVO

Esta **Proposta** foi elaborada em cumprimento dos objetivos 1.1, 2 e 8 do planejamento estratégico de 2024 para a Comissão de Comunicação Institucional (ComCom) do Conselho Regional de Psicologia de São Paulo (CRP SP). Nela estão definidos os princípios, organização, produtos e serviços atinentes à ComCom, além de diretrizes para a grafia dos órgãos do CRP SP e para o comportamento nas redes sociais de pessoas ligadas a este Conselho.

A inovação trazida por esta **Política** é a divisão das atividades desenvolvidas pela ComCom em canais, serviços e produtos.

Canais são as plataformas de comunicação utilizadas pelo Conselho: *site*, redes sociais etc.

Produtos são categorias de peças de comunicação: CRP SP Articula, Jornal Psi, Cadernos Temáticos etc.

Serviços são atividades desempenhadas pela ComCom em apoio às atividades de outras unidades: campanhas de elucidação e conscientização da categoria sobre temas específicos, produção e apoio a eventos e serviços editoriais em geral, entre outras.

Além de descrever e estabelecer critérios para a solicitação de serviços e produtos, esta **Política** propõe diretrizes para o uso de redes sociais por trabalhadoras e conselheiras do CRP SP. Com isso, buscamos o alinhamento com as melhores práticas de comunicação em redes sociais adotadas por órgãos da administração pública direta e indireta.

Estrutura geral da Política

A presente proposta de **Política de comunicação institucional** para o Conselho Regional de Psicologia de São Paulo está dividida em quatro capítulos e dois apêndices.

No primeiro, introdutório, são apresentados os conceitos e princípios que devem nortear a comunicação institucional do CRP SP.

No segundo, “Estrutura e organização”, o organograma da área de comunicação do Conselho é descrito com base nas normativas correspondentes.

No terceiro, “Canais e produtos”, são definidos os canais oficiais e o portfólio de produtos de comunicação da autarquia.

O quarto, “Serviços de comunicação e como solicitá-los”, apresenta os serviços prestados pela Coordenação de Comunicação e define quem pode solicitá-los e como essa solicitação deve ser feita.

O apêndice A, “Redação oficial: normas gerais”, propõe a padronização da grafia do nome do Conselho Regional de Psicologia de São Paulo e de suas unidades.

Por fim, no apêndice B, “Diretrizes para a comunicação de conselheiras, colaboradoras e trabalhadoras do CRP SP nas redes sociais”, são apresentadas orientações gerais e dicas para que a comunicação presencial e *on-line* de todas as pessoas ligadas ao CRP SP esteja adequada às normas que regem a administração pública.

A comunicação institucional é indispensável para a autarquia e desenvolve o papel de manter uma comunicação de duas vias, que não só transmite informações como também promove a interação entre as pessoas e dá suporte à governança na tomada de decisões, além de desenvolver e consolidar relacionamentos.

Essas políticas contribuem para as boas práticas de confiabilidade da governança, estabelecendo canais de comunicação efetivos que estimulam a interação e facilitam a interlocução com os seus públicos.

A **Política de Comunicação** do CRP SP é resultado do [planejamento estratégico de 2024](#) e cumpre o previsto na [Resolução CFP nº 05/2023](#), que dispõe sobre o regimento interno da autarquia.

Acredita-se que, baseados nesses aspectos, os processos de comunicação permitirão estabelecermos um canal direto entre trabalhadoras/es, gestoras/es, conselheiras/os, colaboradoras/es e categoria profissional que permita o fluxo de informação em todos os sentidos.

As ações de comunicação institucional a serem conduzidas serão reguladas e orientadas por esta **Política**, que relaciona as atividades a serem realizadas pela sede e subsedes.

Esta **Política**, elaborada pela Coordenadoria de Comunicação, deverá ser publicada amplamente.

De acordo com esse direcionamento, todas/os são responsáveis pela comunicação correta e eficaz, não sendo esta atribuição exclusiva da Unidade de Comunicação.

É responsabilidade de todas/os que atuam no CRP SP zelar pela boa imagem da instituição e cuidar para que os processos de comunicação institucional se realizem adequadamente, conforme os objetivos institucionais.

Portanto, é importante a sensibilização de todas as equipes, independentemente da área em que atuam.

A presente **Política** tem por finalidade ser um instrumento orientador e normativo de ações alinhadas aos planos estratégicos. Desta maneira, a **Política de Comunicação** constitui um valioso instrumento a ser observado e praticado por todas/os, independentemente do vínculo com o CRP SP.

Conselho Regional de Psicologia de São Paulo

XVII Plenário

2025

Nenhuma norma é capaz de prever todas as situações em que será empregada. Quando se trata de uma área tão dinâmica e tão dependente da tecnologia como a comunicação, a previsibilidade é ainda menor: novas mídias, linguagens e plataformas surgem a todo o momento. Por isso, nesta introdução apresentaremos alguns princípios gerais que devem ser aplicados tanto a casos não previstos nesta **Política** quanto na elaboração de novas versões deste documento.

Uma política de comunicação pública

No Brasil, a ideia de comunicação pública ganha relevância a partir da redemocratização, quando passa a substituir o conceito de “comunicação governamental”, introduzido em nossa administração pública durante os governos de Getúlio Vargas (1930–1945). O paradigma de comunicação pública é, assim, uma tentativa de superar a comunicação unilateral, característica de governos autoritários, por meio da qual a população é informada, mas não participa.

Para [Jorge Duarte](#), “fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo, alterando seu eixo, tradicionalmente centrado no atendimento dos interesses da instituição e de seus gestores”. O objetivo da comunicação pública, conclui o autor, é “o atendimento do interesse público e da sociedade, simbolizado pelo cidadão”.

De maneira mais didática, a Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública) elenca [doze princípios da comunicação pública](#):

1. garantir o acesso amplo à informação;
2. fomentar o diálogo;
3. estimular a participação;
4. promover os direitos e a democracia;
5. combater a desinformação;
6. ouvir a sociedade;
7. focar no cidadão;
8. ser inclusiva e plural;
9. tratar a comunicação como política de Estado;
10. garantir a impessoalidade;
11. pautar-se pela ética;
12. atuar com eficácia.

Princípios institucionais

A comunicação do CRP SP está pautada pelos princípios da ética, da responsabilidade pública, da transparência, da credibilidade e da colaboração. Materializa a voz e a *persona* institucionais e, por meio dela, a autarquia mantém diálogo constante com a categoria e com a sociedade. Empenha-se em comunicar a diversidade e a representatividade (racial, étnica, de gênero, de corpos, etária, de territórios). Seus produtos adotam linguagem inclusiva (simples, gendrada, antirracista, anticapacitista e com recursos de acessibilidade).

Os princípios institucionais a seguir estão presentes no [Regimento interno](#) do CRP SP e são derivados das normativas referentes ao Sistema Conselhos de Psicologia e, principalmente, do [Código de ética profissional da/o psicóloga/o](#). Além destes, publicações de caráter jornalístico estão sujeitas ao [Código de ética dos jornalistas brasileiros](#).

Também são documentos relacionados à **Política de comunicação** e devem ser observados no desenvolvimento das atividades:

1. [Constituição federal](#);
2. [Lei nº 5.766/71](#), que criou o Sistema Conselhos de Psicologia;
3. Regimento interno do CRP SP ([Resolução CFP nº 05/2023](#));
4. Código de ética profissional da/o psicóloga/o ([Resolução CFP nº 010/2005](#));
5. [Decreto nº 70.274, de 9 de março de 1972](#) (normas do cerimonial público e a ordem geral de precedência);
6. Lei de acesso à informação (LAI; [Lei nº 12.527/2011](#));
7. [Política de dados abertos](#) do governo federal;
8. [Modelo de acessibilidade em governo eletrônico \(eMAG\)](#) do governo federal;
9. [Política de segurança em tecnologia da informação e comunicação](#) do CRP SP;
10. [Política de patrocínio e apoio institucional](#) do CRP SP;
11. [Manual de linguagem](#) do CRP SP.

Respeito e promoção dos Direitos Humanos

A centralidade da promoção dos Direitos Humanos e do respeito à dignidade da pessoa está expressa no Código de Ética Profissional da/o Psicóloga/o e no artigo 130 do [Regimento interno](#) do CRP SP.

Além de prezar pela divulgação de pautas relacionadas ao tema, a comunicação da autarquia deve demonstrar seu compromisso com os Direitos Humanos em todas as suas práticas. A linguagem adotada pelo Conselho, portanto, deve ser acima de tudo **inclusiva**: deve respeitar as orientações da norma culta sem deixar de dar visibilidade a grupos social e historicamente marginalizados.

Assim, entendemos por linguagem inclusiva a linguagem **gendrada** (isto é, sem o uso do gênero masculino para generalizações), **antirracista** (que não se utilize de

palavras, expressões ou figuras de linguagem de conotação preconceituosa ou baseadas em estereótipos de raça ou etnia) e **antietarista** (que não se utilize de palavras, expressões ou figuras de linguagem que tenham como premissa uma visão negativa do envelhecimento).

A linguagem que adotamos também é **anticapacitista** — não se utiliza de palavras, expressões ou figuras de linguagem que atribuam valor a competências cognitivas, sensoriais ou motoras. Tão importante quanto usarmos uma linguagem que inclua as pessoas com deficiência, contudo, é dispormos de **recursos de acessibilidade**: textos que sejam lidos adequadamente por leitores de tela, *sites* de navegação intuitiva, descrição de imagens e audiodescrição e uso de **linguagem simples**.

Nossos produtos são publicados em diversos formatos: no *site*, como livro digital, na forma de postagens. Cada um desses formatos tem diretrizes específicas de acessibilidade. Em qualquer caso, deverão ser seguidas as orientações do [Modelo de acessibilidade em governo eletrônico](#) (eMAG) do Governo Federal.

Como princípios fundamentais e complementares da comunicação do CRP SP, **inclusão** e **acessibilidade** devem guiar toda e qualquer produção da unidade de comunicação e todo e qualquer projeto de comunicação integrada.

Transparência

O artigo 131 do [Regimento interno](#) do CRP SP prevê a divulgação dos atos do Conselho com o objetivo de aumentar o conhecimento e o reconhecimento da Psicologia pela sociedade brasileira.

O artigo 132 do [Regimento interno](#) do CRP SP determina que a autarquia mantenha “publicações destinadas à divulgação de matéria de interesse da psicóloga e do público em geral, cabendo ao Plenário e/ou Diretoria dispor a respeito e de acordo com a Política de Comunicação Institucional”.

Efetivação de funções precípuas do Conselho Regional de Psicologia

São funções precípuas dos conselhos profissionais, conforme o [Tribunal de Contas da União](#) (TCU), cabendo à Coordenação de Comunicação colaborar com seu desempenho:

1. orientar, supervisionar, fiscalizar e disciplinar o exercício da profissão;
2. zelar pelo prestígio e bom nome da profissão e dos profissionais que a exercem;
3. organizar e manter o registro profissional (registro, inscrição, cancelamento);
4. examinar reclamações e representações;
5. representar às autoridades competentes;
6. atuar como órgão de consulta do governo;
7. atuar em colaboração com entidades de classe, escolas e faculdades;
8. contribuir para o desenvolvimento econômico;
9. disseminar a técnica econômica nos diversos setores da economia nacional, promovendo estudos e campanhas em prol da racionalização econômica do país;
10. promover estudos e campanhas em prol da racionalização administrativa do país.

Princípios constitucionais aplicáveis à comunicação pública

O [Decreto-Lei nº 200](#), de 25 de fevereiro de 1967, define **autarquia** como

[...] o serviço autônomo, criado por lei, com personalidade jurídica, patrimônio e receita próprios, para executar atividades típicas da Administração Pública, que requeiram para seu melhor funcionamento, gestão administrativa e financeira descentralizada.

Como autarquia, portanto, o CRP SP está subordinado às normas e princípios que regem a administração pública.

Por sua vez, o artigo 37 da [Constituição Federal](#) prevê que “A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência”. Esses princípios, recepcionados no artigo 3º, inciso XXI do [Regimento Interno do CRP SP](#), são elucidados a seguir.

Legalidade

Diferentemente de instituições privadas, às quais é permitido fazer tudo aquilo que não seja expressamente proibido em lei, às autarquias é permitido fazer **apenas** o que a lei prevê.

A obediência ao princípio da legalidade deve, ainda, levar em conta a hierarquia do ordenamento jurídico brasileiro, que tem a Constituição Federal como lei maior, e abaixo dela as leis ordinárias e complementares — dentre as quais destacamos a [Lei nº 5.766/1971](#), de 20 de dezembro de 1971, que cria o Conselho Federal e os Conselhos Regionais de Psicologia, e a [Lei nº 9.649/1998](#), que dispõe, entre outras coisas, sobre os serviços de fiscalização de profissões regulamentadas — e as normativas próprias da autarquia (portarias, resoluções etc.).

O princípio da impessoalidade determina que a atuação dos órgãos da administração pública tem por finalidade atender ao interesse público. No caso da comunicação do CRP SP, isso implica tanto o atendimento das demandas de profissionais de Psicologia quanto a defesa da categoria perante a sociedade. A comunicação institucional da autarquia deve, portanto, ser útil às psicólogas e aos psicólogos e responsável em sua relação com a população em geral, pois representa a face oficial da Psicologia no estado de São Paulo.

Como consequência do compromisso assumido com o interesse público, é vedada a utilização da *persona* institucional para a promoção de indivíduos ou grupos. A comunicação institucional não pode fugir ao princípio da legalidade, devendo restringir-se às situações previstas nas normativas da instituição e na legislação pátria; segundo o § 1º do artigo 37 da [Constituição Federal](#),

A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Moralidade

O conceito administrativo de moralidade está ligado às ideias de probidade, decoro e boa-fé. Nesse sentido, “moralidade” não é um conceito subjetivo, mas um referencial de atuação adequada aos pressupostos éticos adotados por um dado grupo social. Na administração pública, esses pressupostos são definidos pela legislação que define os limites de atuação de uma agente pública.

Como princípio da administração pública, a publicidade se refere tanto à exigência de publicação de atos administrativos para que produzam efeitos externos – a publicação de uma portaria, por exemplo – quanto à exigência de transparência da atuação administrativa. É necessário, por exemplo, que os atos administrativos apresentem sua motivação, isto é, que explicitem os pressupostos fáticos e jurídicos que o determinam, para que sociedade e órgãos de controle possam fiscalizar a legitimidade desses atos.

Eficiência

Por fim, o princípio de eficiência fala tanto da qualidade da atuação da agente pública quanto da racionalidade da administração. A eficiência das agentes é determinada pela qualidade e produtividade de seu trabalho; a racionalidade da administração está ligada à prestação de serviço público adequado, definido pela [Lei nº 8.987/95](#) como aquele que “satisfaz as condições de regularidade, continuidade, eficiência, segurança, atualidade, generalidade, cortesia na sua prestação e modicidade das tarifas” (art. 6º, § 1º).

Implementação e gestão desta Política

Esta **Política** deverá ser observada por conselheiras e conselheiros, colaboradoras e colaboradores bem como por trabalhadoras e trabalhadores do CRP SP.

Questões não previstas nesta **Política** deverão ser encaminhadas para o *e-mail* ascom@crpsp.org.br, para avaliação e proposição às instâncias competentes.

ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO

De acordo com a [Resolução CRP nº 03, de 29 de agosto de 2022](#), a estrutura administrativa do Conselho possui duas instâncias decisórias: gerências e coordenações.

A Coordenação de Comunicação está subordinada à Gerência de Relações Institucionais. É responsável por elaborar e executar o planejamento de comunicação definido periodicamente com a Comissão de Comunicação Institucional (ComCom).

Comissão de Comunicação Institucional (ComCom)

A Comissão de Comunicação Institucional (ComCom) é uma comissão permanente, que funciona como instância deliberativa e consultiva para os assuntos relativos à comunicação do CRP SP.

Recursos

A ComCom é composta de pelo menos duas/dois conselheiras/os, tendo uma/um delas/deles como presidente.

Atribuições

De acordo com o [Regimento interno do CRP SP](#), compete à ComCom:

1. acompanhar e aprovar as ações da Unidade de Comunicação Institucional do CRP SP, informando o Plenário;
2. responsabilizar-se pela comunicação institucional interna e externa;

3. responsabilizar-se pela produção e divulgação dos eventos institucionais externos de âmbito estadual;
4. dar diretrizes para a produção e divulgação dos eventos do CRP SP;
5. apresentar ao Plenário a identidade visual e o plano de comunicação das campanhas, ações e unidades do CRP SP;
6. elaborar a Política de Comunicação Institucional para aprovação do Plenário e fazer cumprir suas previsões;
7. acompanhar o adequado preenchimento e publicação do Portal da Transparência de acordo com o disposto na Lei de Acesso à Informação (LAI; Lei nº 12.527/2011) e na Resolução CFP nº 20/2018, ou outras que vierem a substituí-las;
8. propor pautas e acompanhar a elaboração do Jornal Psi para aprovação do Plenário;
9. criar o plano anual de comunicação institucional do CRP SP em observância às prioridades do planejamento estratégico;
10. acompanhar e alimentar o site e redes sociais do CRP SP, encaminhando propostas e/ou denúncias, que ferem a imagem da autarquia, para providências da Diretoria, quando necessário;
11. realizar reuniões semanais com suas/seus membras/os para planejar, encaminhar e avaliar as ações;
12. articular com a Comissão de Comunicação do Conselho Federal de Psicologia;
13. supervisionar a edição das publicações do CRP SP;
14. coordenar a divulgação das ações do CRP SP;
15. acolher e encaminhar à unidade responsável para que responda às solicitações e consultas de pessoas físicas e jurídicas em relação às informações de domínio comum da entidade no site e redes sociais, bem como aquelas correlatas que lhe sejam atribuídas pelo Plenário;
16. organizar e manter atualizados os canais de comunicação do CRP SP;
17. orientar o diálogo com a imprensa e outros canais externos para participação do CRP SP em suas pautas;
18. garantir a aplicação da linguagem gendrada, antirracista e inclusiva no CRP SP, em seus canais de comunicação internos e externos;

19. acompanhar e apresentar ao Plenário os resultados quantitativos e qualitativos da Comissão de Comunicação;
20. aprovar custos envolvendo fornecedoras/es e aquisição de outros recursos para a plena realização do planejamento e melhoria da área, acompanhando as licitações demandadas pela área;
21. propor, avaliar e encaminhar para aprovação do Plenário, sempre que necessário, produtos de mídia que possam ser usados para comunicação com os profissionais de Psicologia.

Gerência de Relações Institucionais

Tem a finalidade de gerir, avaliar e acompanhar a execução das atividades das coordenações subordinadas, colaborando com a diretoria e exercendo as competências que lhe forem delegadas.

Recursos

A Gerência de Relações Institucionais é ocupada por uma/um trabalhadora/or em cargo de comissão.

Atribuições

Compete à Gerência de Relações Institucionais, segundo a [Resolução CRP 06 nº 03, de 29 de agosto de 2022](#):

1. executar as atividades relacionadas à comunicação e articulação com os segmentos da sociedade envolvidos com os serviços fiscalizados pelo CRP SP;
2. articular e desenvolver o relacionamento do CRP SP com órgãos de interesse, tais como universidades, organismos nacionais e internacionais e organizações da sociedade civil;

3. executar atividades de divulgação de conteúdos, participação e realização de eventos relacionados ao trabalho desempenhado pelo CRP SP e de interesse a suas/seus inscrites/os, divulgar conteúdos de interesse do CRP SP;
4. mapear, articular e acompanhar possíveis parcerias e convênios com órgãos relevantes aos fins do CRP SP, submetendo as propostas à Diretoria;
5. atuar de forma articulada com as demais Gerências responsabilizando-se pelas deliberações relativas aos processos e à gestão do trabalho no cumprimento das metas institucionais;
6. organizar, articular, acompanhar, avaliar e monitorar as atividades das unidades sob sua responsabilidade, utilizando-se de indicadores, quando necessário, para verificação das necessidades e garantia do bom desenvolvimento dos trabalhos; e
7. desempenhar outras atribuições correlatas de nível similar.

Coordenação de Comunicação

A Coordenação de Comunicação é a instância executiva da comunicação do CRP SP.

Recursos

A Coordenação de Comunicação é composta de:

1. uma/um coordenadora/or;
2. duas/dois analistas em gestão de comunicação;
3. quatro profissionais de suporte administrativo (PSA);
4. duas/dois estagiárias/os.

Atribuições

De acordo com a [Resolução CRP nº 03, de 29 de agosto de 2022](#), compete à Coordenação de Comunicação:

1. planejar, organizar, coordenar e divulgar as ações referentes à integração das estratégias institucionais com a categoria e a sociedade;
2. construir, desenvolver e implantar estratégias com foco na aproximação com a categoria e a sociedade;
3. garantir a divulgação das atividades e posicionamentos institucionais do CRP SP para a categoria e a sociedade;
4. gerenciar os servidores de *e-mail* e hospedagem de *sites* do CRP SP;
5. criar, manter e atualizar as aplicações *web*;
6. desenvolver trabalhos de artes gráficas que sejam demandados pelo CRP SP, acompanhando as produções e a aprovação do material apresentado pelos fornecedores (prova impressa, qualidade de impressão e material produzido);
7. fazer a cobertura de eventos com a utilização de filmagens, fotografias ou quaisquer outros meios necessários, assim como promover a sonorização, projeção de mídia e edição subsequentes necessárias;
8. produzir e diagramar publicações do CRP SP (impressas ou eletrônicas), para divulgação às/aos psicólogas/os, contemplando assuntos de seus interesses, quando for o caso;
9. assessorar e desenvolver políticas de relações públicas, relacionando-se com as áreas de formação de opinião pública e diferentes mídias;
10. desenvolver e executar políticas de assessoria de imprensa, acompanhando o alcance e impacto das estratégias de divulgação, comunicação e diálogo com a categoria e a sociedade;
11. propor estratégia e divulgar ações técnico-políticas e posicionamentos do Conselho visando qualificar e publicizar o CRP SP;
12. divulgar interna e externamente as atividades desenvolvidas pelas unidades organizacionais do CRP SP;
13. coordenar e acompanhar a realização de cobertura jornalística técnico-política do CRP SP;
14. desenvolver e manter atualizado o banco de imagens e fontes do CRP SP;
15. criar e atualizar *mailing* de contatos de pessoas físicas e entidades do CRP SP;
16. realizar todos os tipos de eventos (seminários, congressos, fóruns, debates e simpósios, entre outros) do CRP SP, contemplando todas as atividades

- necessárias que percorrem as etapas de planejamento, organização, realização e pós-evento;
17. fazer a cobertura de eventos com a utilização de filmagens, fotografias ou quaisquer outros meios necessários, assim como promover a sonorização, projeção de mídia e edição subsequentes necessárias;
 18. manter e organizar os equipamentos audiovisuais do auditório do CRP SP;
 19. apoiar a realização de eventos indicados pelo CRP SP para outras entidades;
 20. desenvolver e manter atualizado o banco de imagens e fontes do CRP SP;
 21. realizar exposições do CRP SP em espaços externos ao CRP SP em toda a sua jurisdição;
 22. operacionalizar concursos culturais do CRP SP no estado de São Paulo;
 23. operacionalizar o deslocamento e hospedagem, se necessário, de coordenadoras/es, palestrantes e convidadas/os para eventos do CRP SP;
 24. pesquisar fornecedores e elaborar cotações para locação de serviços e/ou compra de materiais para eventos do CRP SP;
 25. pesquisar e apresentar, para avaliação das instâncias superiores, espaços para a realização de eventos, analisando as adequações de localização e infraestrutura;
 26. operar a mesa de som da cabine do auditório do CRP SP, incluindo microfones, DVD *players* e demais equipamentos, realizando, inclusive, gravação e edição de áudio dos eventos;
 27. atender as solicitações diversas das/os psicólogas/os, respondendo por *e-mail*, por telefone e pessoalmente, sobre informações de eventos do CRP SP;
 28. oferecer apoio administrativo na participação do CRP SP em eventos promovidos por outras organizações, fazendo cotações de espaço, materiais, equipamentos e participando da promoção de publicações e/ou serviços em feiras e outros eventos no estado de São Paulo, prestando orientação às/aos visitantes e/ou participantes;
 29. criar subsídios para a elaboração de documentos para apoio e patrocínio para a realização de eventos realizados pelo CRP SP;
 30. identificar e criar estratégias para utilização de novos meios de comunicação;
 31. desempenhar outras atribuições correlatas de nível similar.

Compete à/ao **coordenadora/or** a gestão de processos e equipes de trabalho da Coordenação de Comunicação do CRP SP.

Compete às/aos **analistas em gestão de comunicação**:

1. selecionar, revisar, preparar e distribuir materiais para publicação;
2. fotografar e gravar imagens jornalísticas;
3. editar publicações impressas e eletrônicas;
4. selecionar, divulgar e arquivar a comunicação feita a respeito do CRP SP nos meios impressos e eletrônicos;
5. manter contato com a imprensa externa fornecendo dados, materiais e marcando entrevistas;
6. implantar ações de relações públicas e assessoria de imprensa;
7. organizar eventos internos e externos;
8. preparar, organizar, coordenar e realizar o cerimonial; e
9. desempenhar outras atribuições correlatas de nível similar.

Compete às/aos **profissionais de suporte administrativo (design gráfico)**:

1. preparar, organizar, elaborar, atualizar e conferir documentos, relatórios, gráficos e tabelas, bem como prestar atendimento ao profissional e ao público em geral na área em que atua;
2. executar, sob supervisão, atividades de preparo técnico de comunicação interna e externa, gráficas utilizando a suíte de aplicativos de aplicativos Adobe (InDesign, Illustrator, Photoshop), CorelDraw e aplicativos similares;
3. preparar composições gráficas, diagramação, desenvolver marcas, materiais impressos, papelaria, sinalização, interface de web, infográficos e ilustrações;
4. definir especificações técnicas para produção de materiais impressos;
5. acompanhar a produção dos materiais analisando e aprovando provas gráfica e conteúdo;
6. fazer diagramação de livros, jornais e publicações similares;

7. realizar outras atividades correlatadas da unidade de lotação.

Compete às/aos **profissionais de suporte administrativo (assistente administrativo)**:

1. executar trabalhos de recepção e suporte administrativo que envolvam: serviços de informação e controle de visitantes e correspondências, redação de documentos e relatórios, digitação, reprodução xerográfica, coleta, expedição, distribuição e arquivamento de documentos;
2. realizar visitas de expedientes junto a fóruns e comarcas;
3. requisitar, receber e controlar o uso de material de consumo;
4. realizar atividades de atendimento ao profissional, bem como atividades de caráter administrativo que envolva redação e digitação;
5. preparar e dar suporte administrativo às sessões plenárias éticas e de julgamento;
6. atender às solicitações das comissões técnicas ou grupos de trabalho específicos criados pelo CRP SP;
7. efetuar o registro das solicitações, interpretar e encaminhar ao demandante, como subsídios para as ações do CRP SP;
8. manter sistema de informação atualizado de todas as solicitações recebidas e encaminhadas para conhecimento interno e da direção do CRP SP;
9. verificar a situação profissional dos psicólogos contratados por instituições ou empresas que prestem serviços de psicologia;
10. fazer atendimento presencial e por telefone aos usuários dos serviços do CRP SP;
11. preparar, organizar, atualizar, classificar, arquivar, elaborar, redigir, conferir e expedir documentos que envolva processos de registro, transferência, cancelamento da categoria de Psicólogos;
12. informar processos e fornecer subsídios para análise e tomada de decisão da diretoria;
13. controlar e manter atualizado o arquivamento dos prontuários de Psicólogos;
14. dar suporte administrativo às seções plenárias ordinárias, diretoria, comissões temáticas, grupos de trabalho e núcleos;



15. providenciar o deslocamento e hospedagem dos conselheiros de plenário, diretoria, grupos de trabalho, comissões e núcleos;
16. preparar, organizar, atualizar, elaborar e conferir documentos, relatórios, minutas de atos administrativos e normativos, gráficos e tabelas;
17. executar rotinas, sistemas, métodos e procedimentos de trabalho relativos ao processamento de folha de pagamentos, recolhimento de encargos sociais, rotinas de administração de pessoal, recrutamento e seleção e administração de benefícios;
18. executar processos de admissão, rescisão e administração de contratos de trabalho;
19. executar rotinas, sistemas, métodos e procedimentos de trabalho relativos a administração de fornecedores, contratos públicos, materiais, processo de compras, recebimento e expedição de materiais, controle de estoque, análise de custos, preços e resultados, análise de viabilidade econômica, administração e controle orçamentário;
20. preparar, organizar, atualizar, elaborar e conferir documentos, relatórios, gráficos e tabelas bem como prestar atendimento ao profissional e ao público em geral;
21. controlar fundo fixo (pequeno caixa), verbas, contas a pagar e fluxo de caixa, conferindo notas fiscais/recibos e prestando contas;
22. realizar conciliação e análise de movimentos contábeis;
23. fazer lançamentos contábeis da folha de pagamentos, balancetes e outros demonstrativos de contas preparando / elaborando a declaração de imposto de renda, DIRF e demonstrativos gerenciais, cadastramento e controle do arquivo inativo e do inventário físico;
24. realizar outras atividades correlatas da unidade de lotação.

CANAIS, SERVIÇOS E PRODUTOS

Canais oficiais

Os canais oficiais de representação do Conselho Regional de Psicologia de São Paulo (CRP SP) são os seguintes:

1. *site* e *e-mail* institucional;
2. perfis oficiais em redes sociais;
3. eventos promovidos pela autarquia, em parceria ou não, nos estados e territórios.

Site institucional

O *site* institucional é o principal repositório de informações do CRP SP. Nele devem ser disponibilizadas informações sobre todas as atividades do Conselho, além de material de referência e orientação para a categoria. O *site* também deve oferecer canais para contato com todas as unidades da autarquia.

Redes sociais

O CRP SP mantém perfis ativos nas seguintes redes sociais:

1. Facebook;
2. Instagram;
3. LinkedIn;
4. X/Twitter;
5. YouTube.

Os perfis sociais do CRP SP têm como objetivo formar e informar a categoria sobre temas associados à Psicologia, à atuação profissional e ao funcionamento do Sistema

Conselhos. Por meio deles, buscamos ampliar nossos pontos de contato e comunicação com psicólogas/os de todo o estado de São Paulo, além de participar dos debates sobre a Psicologia como ciência e profissão.

Em observância aos princípios da transparência e a nosso compromisso ético, estabelecemos as seguintes diretrizes:

1. **perfis e páginas oficiais:** só são permitidos perfis e páginas associados ao CRP SP que sejam criados e mantidos pela instituição. A autarquia se reserva o direito de não endossar perfis e páginas que se autointitulem associados ao Conselho e que não sejam reconhecidos como oficiais, tomando as devidas medidas quando necessário;
2. **gestão das contas:** as contas oficiais do CRP SP serão gerenciadas por uma equipe certificada e autorizada, composta por profissionais de comunicação, trabalhadoras/es e conselheiras/os da autarquia;
3. **política de interação e moderação:** para garantir a veracidade, exatidão, confiabilidade, qualidade e legalidade das informações, as interações nos canais oficiais estarão sujeitas a moderação. Mensagens e perfis poderão ser excluídos se:
 - a. usarem linguagem inapropriada, obscena, caluniosa, grosseira, abusiva, difamatória ou ofensiva;
 - b. fizerem apologia a práticas ilícitas;
 - c. incitarem ódio, violência, racismo ou qualquer forma de discriminação;
 - d. contiverem ameaças, assédio, injúria, calúnia, difamação ou qualquer outro ilícito penal;
 - e. divulgarem conteúdos na forma de *spam* ou “correntes”;
 - f. tiverem objetivo comercial ou publicitário;
 - g. forem ininteligíveis ou fora de contexto;
 - h. contiverem propagandas político-partidárias;
 - i. contiverem *links* suspeitos ou representarem ameaça à segurança da informação;
 - j. usarem informações e imagens de pessoas e instituições de modo indevido;

- k. contiverem dados pessoais da autora, do autor ou de terceiros;
 - l. violarem direitos de imagem e de propriedade intelectual;
 - m. forem fraudulentos (perfis falsos e/ou *bots*) ou promoverem conteúdo inverídico (*fake news*).
4. **restrições de divulgação:** o CRP SP não segue e não marca pessoas, veículos de comunicação e empresas privadas: apenas entidades parceiras e órgãos do poder público. Não divulgamos partidos políticos e não realizamos atendimento administrativo e de orientação nas redes sociais. As demandas que não se enquadrarem nos produtos fixos devem ser levadas a comissões estaduais.

A não observância dessas diretrizes pode acarretar ações imediatas do CRP SP, sem necessidade de justificativa, consulta ou aviso prévio. Mensagens inadequadas poderão ser encaminhadas às autoridades responsáveis. Nosso compromisso é com a ética, a transparência e a qualidade das nossas comunicações.

Produtos

Dividimos os produtos de comunicação do CRP SP em *produtos de circulação rápida* e *produtos de circulação lenta* (ou de “cauda longa”). Entre os primeiros, incluem-se conteúdo produzido para redes sociais (como o CRP SP Acontece e o CRP SP na Mídia); os de circulação lenta são aqueles com potencial para se tornar material de referência e consulta (Cadernos Temáticos, Jornal Psi, vídeos institucionais).

A descrição de produtos de comunicação presente nesta **Política** não impede a elaboração de diretrizes e políticas editoriais específicas e completas para cada produto.

Divulgação de eventos a pedido, utilizando-se do *site* (Agenda CRP SP), de Stories (perfil oficial no Instagram), postagens (demais redes sociais) e *cards* a serem compartilhados pelos territórios. A cobertura dos eventos é publicada no CRP SP Acontece.

As publicações de *Psicologia em Ação* possuem identidade visual própria, que pode receber elementos temáticos.

CRP SP Acontece

Veiculado semanal ou quinzenalmente, informa a categoria e a sociedade sobre as ações, eventos, representações, mobilizações, novidades etc. promovidos nos territórios, pelas comissões gestoras, em formato de galeria de imagens (até 10 fotos por publicação), acompanhada de breves relatos.

Subsedes, comissões e demais instâncias devem enviar seus relatórios preenchidos e acompanhados de foto(s) para a Comunicação.

CRP SP Informa

Ferramenta de *e-mail marketing* destinada a dar publicidade às ações realizadas nos territórios, por meio de envio de mensagens institucionais a psicólogas e entidades afins. É uma importante ferramenta de comunicação direcionada, com média estadual de abertura dos *e-mails* de 20%.

A cada território é facultado o envio de até quatro mensagens por mês.

Traz informações sobre parcerias do CRP SP com outras instituições, estatais ou de interesse público.

CRP SP Representa

Divulgação da participação do CRP SP em eventos para o qual a autarquia foi convidada oficialmente.

CRP SP Debate (lives)

Canal que possibilita levar as discussões para o público amplo e trazer convidadas de diferentes espaços. As *lives* são realizadas por comissões e, geralmente, estão inseridas em uma campanha. Contam sempre com tradução para Libras e têm o *chat* mediado pela Coordenação de Comunicação. São operadas no StreamYard (transmissão pelo YouTube e Facebook), podendo apresentar até 7 participantes simultaneamente.

Lives devem ser solicitadas com no mínimo 30 dias de antecedência, por meio do formulário de eventos, que deve ser preenchido e enviado para as pessoas responsáveis por eventos na Coordenação de Comunicação. Após o recebimento, será criado grupo de imMail para realização de testes prévios, elaboração de roteiro e alinhamento necessário.

Calendário de datas comemorativas

Artigos e postagens publicados em datas simbólicas para a defesa dos Direitos Humanos. Textos são organizados pelas comissões permanentes e encaminhados à ComCom com

até três dias úteis de antecedência para publicação, e devem ser elaborados com linguagem inclusiva (#paratodosverem), fornecendo informações sobre o significado da data em destaque, abordando aspectos relevantes do exercício profissional da Psicologia e fazendo referência à(s) normativa(s) do Sistema Conselhos e/ou do Código de Ética alinhada(s) ao assunto da data. A escrita deve ser objetiva, simples e compatível com as redes sociais (máximo de 1.800 caracteres com espaços e quatro parágrafos). O conteúdo é padronizado e institucional.

CRP SP na Mídia

Divulga as participações do CRP SP na imprensa e em outros canais externos.

Solicitações de divulgação devem ser encaminhadas para o *e-mail* ascom@crpsp.org.br. Os pedidos são levados para representações e plenário, para que se decida sobre o encaminhamento.

Comunicação integrada

A comunicação das demais unidades administrativas do Conselho com a categoria e com outras instituições pode ser adequada à linguagem institucional mediante solicitação à unidade de Comunicação, observado o cronograma e o planejamento de atividades desta unidade. A solicitação deverá ser feita, por *e-mail*, pela pessoa coordenadora da unidade administrativa solicitante.

Notas de pesar

As notas de pesar têm como objetivo prestar solidariedade e reconhecimento à pessoa falecida, especialmente quando esta desempenhou papel significativo para a Psicologia,

a defesa dos Direitos Humanos ou outras causas alinhadas às diretrizes institucionais do CRP SP.

A redação deve ser respeitosa, empática e compatível com a comunicação institucional do Conselho, destacando, de forma breve, as contribuições da pessoa homenageada. O texto não deve conter cunho político-partidário ou religioso, garantindo imparcialidade e adequação a um público diversificado.

SOLICITAÇÃO E APROVAÇÃO

As solicitações para publicação devem ser encaminhadas à Unidade de Comunicação, acompanhadas de informações completas, como nome, data de falecimento e breve descrição das contribuições da pessoa homenageada.

A aprovação do texto será realizada pela Comissão de Comunicação Institucional (ComCom) ou, quando necessário, pelo Plenário.

CANAIS DE DIVULGAÇÃO

As notas de pesar serão divulgadas nos canais institucionais do CRP SP, conforme a relevância do caso e deliberação da ComCom.

Publicações de notas de pesar devem ser realizadas em caráter excepcional, preservando a sensibilidade do público e evitando sobrecarga nos meios de comunicação do Conselho.

PRAZOS E RESPONSABILIDADES

A Unidade de Comunicação se compromete a publicar a nota em até **24 horas (em dias úteis)** entre a solicitação e a validação final.

O envio da solicitação deve ser feito com antecedência, sempre que possível, para viabilizar o planejamento adequado.

Informe interno

Mensalmente, a Unidade de Comunicação publica um informe interno, com temas relevantes para as trabalhadoras do Conselho. Textos e notícias podem ser enviados para ascom@crpsp.org.br com o assunto “Informe interno”, para que seja avaliada a viabilidade de sua publicação.

Publicações diárias

A Coordenação de Comunicação do CRP SP é responsável pela publicação, a qualquer tempo e de acordo com a demanda, de:

- material do Sistema Conselhos de Psicologia;
- orientações do Centro de Referências Técnicas em Psicologia e Políticas Públicas (Crepop);
- eventos e outros assuntos de interesse produzidos por entidades parceiras;
- notas de posicionamento;
- informes administrativos e financeiros;
- orientações gerais.

Jornal Psi

O Jornal Psi é publicado em quatro edições anuais no formato *on-line*, com envio de versões impressas para psicólogas/os e entidades com inscrição ativa no CRP SP.

As pautas são definidas em reuniões entre a Coordenação de Comunicação e a ComCom. Nessas ocasiões, também é definida a abordagem para cada tema.

A validação da versão final do jornal é feita pelo Plenário.

LINHA EDITORIAL

Atualmente, as seções do jornal incluem:

- “Um dia na vida”;
- “Cotidiano”;
- artigo sobre tema pertinente à edição;
- “Perspectiva da/o usuária/o”;
- “Ética”;
- “Orientação”;
- “Penalidades éticas”;
- “Estante”.

DISTRIBUIÇÃO

O *mailing* da categoria (nomes/nomes sociais e endereços) para o envio do Jornal Psi é gerado pelo sistema BRC, a base de dados do Conselho. A tiragem total excede os 160 mil exemplares. Recebem o Jornal Psi:

- Psicólogas/os e empresas com inscrições ativas no CRP SP;
- instituições de ensino;
- Sistema Conselhos de Psicologia;
- bibliotecas, instituições e órgãos alinhados com a temática da Psicologia.

Identidade visual da gestão

A Coordenação de Comunicação pode, mediante solicitação, incorporar o mote da gestão da autarquia à identidade visual do CRP SP.

Com o objetivo de evitar ambiguidades na comunicação, e em observância ao princípio da impessoalidade, a partir de 2025 não produziremos logomarcas, assinaturas gráficas ou quaisquer produtos visuais específicos para a gestão.

Cadernos Temáticos

Cadernos Temáticos é uma série de publicações que trazem o conteúdo de debates e eventos temáticos promovidos pelo CRP SP. São produzidos de acordo com a demanda das comissões permanentes e especiais, às quais cabe a produção do conteúdo bruto e a organização lógica do material (separação em capítulos, divisão e identificação das falas transcritas etc.). As comissões devem garantir a qualidade e a consistência do texto antes de encaminhar o documento à Unidade de Comunicação.

A Unidade de Comunicação é responsável pela revisão textual, diagramação e produção gráfica dos **Cadernos**. Não cabem à Unidade a correção do conteúdo bruto, a revisão de transcrições e a produção de textos originais.

ATRIBUIÇÕES

Unidade de Comunicação

1. **Revisão gramatical e adequação de gênero:** realizar a revisão gramatical e estilística do material consolidado, garantindo a adequação de gênero e linguagem inclusiva;
2. **diagramação:** desenvolver a diagramação do conteúdo, seguindo as diretrizes visuais da instituição;
3. **produção final:** preparar os arquivos finais para impressão ou publicação digital, conforme a demanda da comissão responsável;

4. **execução técnica:** conduzir ajustes técnicos necessários (como diagramação de textos aprovados) após o recebimento do material validado pela comissão.

Comissões solicitantes

1. **Produção do conteúdo:** elaborar, consolidar e revisar internamente o material bruto antes do envio à unidade de comunicação. É responsabilidade da comissão entregar o material em formato adequado para a revisão técnica e diagramação;
2. **organização e compilação:** organizar os textos, transcrições (removendo inconsistências, pausas verbais e interjeições) e demais documentos necessários;
3. **validação:** aprovar o conteúdo final revisado e diagramado antes da publicação ou impressão.

ESTRUTURA

A estrutura dos **Cadernos Temáticos** deve necessariamente conter:

1. apresentação da **coleção** Cadernos Temáticos, assinada pela diretoria ou pelo Plenário (até 2.500 caracteres, com espaços);
2. **apresentação da edição**, assinada pela diretoria, pelo Plenário ou por representante de comissão relacionada ao tema (até 2.000 caracteres, com espaços);
3. **“miolo”** – os capítulos propriamente ditos, na forma de transcrições de evento, artigos, entrevistas e referências técnicas.

Além disso, cada capítulo deve necessariamente conter:

1. título;
2. nome da/o autora/or ou palestrante, seguido de minicurrículo;
3. transcrição da fala de cada palestrante ou texto do artigo;
4. transcrição do debate (quando se tratar de publicação de evento), com identificação da pessoa que toma a palavra, sempre que possível.

Na publicação de eventos transcritos, o mesmo título pode se referir a diferentes falas, como acontece em mesas-redondas. Nesse caso, antes da primeira intervenção de cada palestrante devem ser indicados nome e minicurrículo. Nas falas subsequentes, basta indicar o nome.

Nos Cadernos Temáticos, também é comum o emprego de “olhos” (citações de partes do texto em destaque).

PRAZO

Uma vez recebido o texto dos *Cadernos* para publicação, a Coordenação de Comunicação deve entregar o produto finalizado (impresso ou não) em no mínimo 30 e no máximo 60 dias.

SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO E COMO SOLICITÁ-LOS

Solicitantes

Os serviços de comunicação e divulgação de ações, temas técnicos, científicos e políticos nas mídias institucionais do Conselho Regional de Psicologia de São Paulo (CRP SP) podem ser solicitados exclusivamente pelo Plenário, pelas comissões permanentes e especiais e pelas Unidades Administrativas (coordenações e assessorias), em conformidade com as diretrizes desta Política de Comunicação.

O artigo 2º, inciso I, parágrafo 1º da [Resolução CRP nº 03/2024](#) determina que as ações propostas por subcomissões devem ser aprovadas junto às comissões permanentes a que se encontrem subordinadas. **A solicitação de serviços e produtos para as subcomissões, portanto, deve ser feita pelas comissões permanentes responsáveis.**

Como solicitar serviços de comunicação

Para requisitar serviços de comunicação, a solicitante deve:

1. preencher e encaminhar à Unidade de Comunicação o formulário específico para a demanda, juntamente com toda a documentação prevista nos respectivos formulários. É essencial atender a todos os requisitos indicados para que a proposta seja comprovada;
2. formalizar a solicitação de divulgação e/ou execução da atividade por meio de um processo no SEI!, dirigido à Unidade de Comunicação e com notificação por *e-mail*. Esse setor irá prosseguir à tramitação e realizará as verificações cabíveis para viabilizar a solicitação e/ou a divulgação das atividades técnicas, científicas e políticas nos canais institucionais do CRP SP.

Atenção: peças audiovisuais (**fotografias e gravações de voz, vídeo ou ambos**) destinadas à publicação nos canais oficiais do CRP SP devem **obrigatoriamente** ser acompanhadas de termo de autorização para o uso de imagem devidamente preenchido por todas as pessoas participantes das peças, além das seguintes informações (para cada uma das peças):

1. data e local de criação da imagem;
2. descrição geral do assunto (nome de evento, campanha em que se insere etc.);
3. nomes das pessoas gravadas, filmadas ou fotografadas.

Campanhas

Campanhas são ações coordenadas que visam um objetivo comum: por exemplo, conscientizar a categoria acerca de diretrizes éticas emanadas do Sistema Conselhos.

As campanhas do CRP SP têm por objetivo auxiliar na efetivação do planejamento estratégico da autarquia. São solicitadas por comissões permanentes e especiais e unidades administrativas.

Para toda campanha, deve ser elaborado, em parceria com a ComCom, plano de comunicação que defina o escopo completo da campanha (mote, objetivo, ações, linguagens, produtos, grade de veiculação etc.).

RELAÇÕES PÚBLICAS E ASSESSORIA DE IMPRENSA

A Unidade de Comunicação do CRP SP media a comunicação interinstitucional e atua junto à imprensa, sugerindo pautas e atendendo a solicitações de informação e entrevistas, conforme a demanda interna e externa.

Em toda a comunicação com outras instituições e, principalmente, com a imprensa, a Unidade de Comunicação deve definir os meios e a abordagem a serem empregados em parceria com a ComCom.

PRODUÇÃO E APOIO A EVENTOS

A Coordenação de Comunicação do CRP SP é responsável pela gestão (produção, cobertura e transmissão) de eventos, como mostras, seminários, rodas de conversa, congressos, cinedebates, premiações e eventos internos, promovidos pela autarquia **em nível estadual**.

A produção de eventos nos territórios é atribuição das respectivas subsedes e deve ser solicitada por meio de [formulário próprio](#), cabendo à Coordenação de Comunicação a orientação e a divulgação, além da disponibilização das seguintes ferramentas digitais:

1. inclusão do evento na Agenda CRP SP;
2. fornecimento de *link* para inscrição;
3. emissão de certificados.

Cobertura jornalística de eventos

A unidade de comunicação deve providenciar a cobertura, na forma de fotos e vídeos, para eventos de caráter estadual. Dos eventos em territórios, a subsele de referência é responsável pela cobertura.

Em qualquer caso, a divulgação de balanços (cobertura pós-evento) fica condicionada ao preenchimento de **relatório próprio** por profissional qualificado para abordar o assunto de que tratou o evento e à disponibilidade de fotografias, que devem trazer, no próprio arquivo da imagem ou em arquivo de texto complementar:

1. data de criação da imagem;
2. descrição geral do assunto (nome de evento, campanha em que se insere etc.);
3. nomes das pessoas gravadas, filmadas ou fotografadas.

Serviços editoriais

REVISÃO DE TEXTOS

Os serviços editoriais prestados pela Unidade de Comunicação do CRP SP são:

1. revisão de texto;
2. preparação de originais;
3. criação de identidade visual e projeto gráfico;
4. execução de projeto gráfico;
5. produção gráfica/produção *web*.

O serviço de **revisão** compreende a correção de textos de acordo com as normas gramaticais e ortográficas vigentes, além de adequação à linguagem gendrada e demais padrões editoriais do CRP SP. Pode, ainda, envolver alterações no léxico, na sintaxe e na estrutura do texto, com o objetivo de torná-lo mais acessível e/ou mais alinhado à *persona* do Conselho.

A **preparação de originais** envolve, além do serviço de revisão, a organização de documentos mais extensos visando sua publicação na forma de monografia (livro, apostila ou similar).

Para que os documentos produzidos possam ser publicados, é necessária a criação de uma **identidade visual** que reflita os objetivos da publicação e de um **projeto gráfico** subordinado a esta identidade visual que garanta um bom padrão estético e de legibilidade. A execução desse projeto gráfico é o que costumamos chamar de diagramação.

A etapa seguinte à diagramação é a **produção gráfica**, e vai desde a escolha do material e da forma de impressão à contratação de fornecedores e à avaliação do produto final.

Formulários e suas funções

FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO E REGRAMENTO DE DIVULGAÇÃO NAS MÍDIAS DO CRP SP

Este formulário destina-se às comissões permanentes e especiais e às unidades administrativas que desejam solicitar divulgação institucional nas publicações oficiais do Conselho Regional de Psicologia de São Paulo (CRP SP). Todas as propostas serão submetidas a uma avaliação prévia pela Unidade de Comunicação e pela Comissão de Comunicação Institucional (ComCom), garantindo o alinhamento com as diretrizes institucionais e a coerência com os objetivos do CRP SP.

O formulário deve ser utilizado para solicitar a divulgação de:

1. atividades técnicas, científicas e políticas;
2. divulgação de temas abordados pelo Centro de Referências Técnicas em Psicologia e Políticas Públicas (Crepop);
3. divulgação de ações de entidades parceiras;
4. nota de pesar;
5. nota de posicionamento;
6. informes administrativos e financeiros;

7. orientações.

Esses conteúdos serão direcionados aos canais institucionais com o objetivo de informar a categoria sobre representações e ações do Conselho.

FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE EVENTO

Link: <https://forms.gle/yFMCSwpP6DQ5p9dA6>

O conteúdo deste formulário deve ser anexado em formato PDF ao processo aberto no SEI, juntamente com o “Formulário de aprovação de despesas com atividades precípuas”. Após a aprovação no SEI, envie o número do processo, o formulário de evento atualizado e a descrição das demandas para a Unidade de Comunicação, setor de eventos.

RELATÓRIO FINAL DO EVENTO

Link: <https://forms.gle/aZUAWsRiPbCLaaUL7>

O Relatório Final do Evento do CRP SP é um documento que reúne informações essenciais sobre eventos, ações e atividades orientativas promovidas pelo Conselho. Este relatório inclui detalhes como identificação do evento, objetivos, atividades realizadas, avaliação dos resultados e registros multimídia. Seu objetivo é documentar de forma organizada e eficiente a natureza e o impacto do evento, conveniente para fornecimento de contas, avaliações futuras e possível divulgação nos canais do CRP SP.

Esses procedimentos visam garantir a consistência e a efetividade das ações de comunicação, além de garantir o alinhamento com a missão e os valores do CRP SP.

APÊNDICE A — REDAÇÃO OFICIAL: NORMAS GERAIS

A redação de toda e qualquer comunicação institucional deve obedecer ao disposto no “Manual de linguagem do CRP SP” e normativas pertinentes. Nos casos em que não houver definição própria do Sistema Conselhos de Psicologia, o “Manual de redação da Presidência da República” pode ser consultado.

Para garantir a coerência na grafia de nomes, expressões e termos na produção escrita de todos os órgãos do CFP SP, ficam instituídas as seguintes normas gerais de redação.

Nome da autarquia e de seus órgãos

CRP SP e suas subsedes

O nome do Conselho e sua sigla podem ser grafados com referência à divisão regional do Sistema Conselhos de Psicologia, que define São Paulo como a 6^a região, **ou** com referência à sua área de jurisdição (o estado de São Paulo).

Conselho Regional de Psicologia de São Paulo (CRP SP)

ou

Conselho Regional de Psicologia da 6^a Região (CRP-06).

Atenção: a sigla deve sempre acompanhar a forma extensa. **Não** escreva, por exemplo, “Conselho Regional de Psicologia de São Paulo (CRP-06)”.

Comissão	Sigla
Câmara de Mediação da Comissão de Ética	CamCoe
Centro de Referências Técnicas em Psicologia e Políticas Públicas	Crepop
Comissão de Análise para Concessão de Registro de Psicóloga/o Especialista	Carpe
Comissão de Auditoria e Controle Interno	Caci
Comissão de Comunicação Institucional	ComCom
Comissão de Ética	COE
Comissão de Orientação e Fiscalização	COF
Comissão de Direitos Humanos e Políticas Públicas	CDH
Comissão Especial de Entidades da Psicologia, Instituições Públicas e Coletivos Organizados	Ceic
Comissão de História e Memória da Psicologia	CHM
Comissão Especial Processo Legislativo e Concursos	CPLC
Comissão Especial Psicologia Clínica e Avaliação Psicológica	CPAP
Comissão Especial Relações Étnico-Raciais	Crer
Comissão Especial Riscos, Emergências e Desastres	Cred
Comissão Permanente de Licitação	CL
Ouvidoria	Ouvidoria

Comissão	Subcomissão	Sigla
COF	Subcomissão Práticas Integrativas Complementares (Pics), Maconha e Psicodélicos	—
COF	Subcomissão Tics (Tecnologias de Informação e Comunicação) na Psicologia	—
COF	Subcomissão de Educação	—
COF	Subcomissão de Psicologia do Tráfego	—
CDH	Subcomissão Justiça/Prisional/Segurança Pública	—
CDH	Subcomissão Drogas e Direitos Humanos	—
CDH	Subcomissão Psicologia, Infâncias e Adolescências	—
CDH	Subcomissão Psicologia, Pessoa com Deficiência e Multiculturalidade	—
CDH	Subcomissão Sexualidade e Gênero	—
CDH	Subcomissão Mulheres	—
CDH	Subcomissão Psicogerontologia da Pessoa Idosa	—

Unidades administrativas

Unidade	Sigla
Jurídico	—
Recursos Humanos	RH
Secretaria	—

Gerência	Sigla
Gerência de Administração e Tecnologia da Informação	Gati
Gerência Técnica e Política	GTP
Gerência de Relações Institucionais	GRI

COORDENAÇÕES

Coordenação	Sigla
Coordenação de Gestão Administrativa	CGA
Coordenação de Tecnologia da Informação	CTI
Coordenação de Gestão Financeira	CGF
Coordenação de Comunicação	CCOM
Coordenação de Atendimento	CA
Coordenação de Ética	CE
Coordenação de Orientação e Fiscalização	—
Coordenação de Subsedes	CS

APÊNDICE B — DIRETRIZES PARA A COMUNICAÇÃO DE CONSELHEIRAS/OS E TRABALHADORAS/ES DO CRP SP NAS REDES SOCIAIS

A presença do Conselho Regional de Psicologia de São Paulo (CRP SP) nas redes sociais dá-se no cumprimento das atribuições da autarquia de orientar e informar a categoria sobre temas associados à Psicologia, à atuação profissional e ao funcionamento do Sistema Conselhos de Psicologia. Objetiva complementar os canais proprietários da instituição, buscando ampliar seus pontos de contato e comunicação com psicólogas/os de todo o estado de São Paulo, assim como participar dos debates, em sociedade e com demais entidades, sobre a Psicologia como ciência e profissão.

As/os conselheiras/os em vigência de mandato representam o CRP SP perante a sociedade a qualquer tempo. Por isso, suas manifestações públicas — palestras, entrevistas a veículos de imprensa, comentários em redes sociais etc. — devem ser pautadas pelos princípios dispostos nesta **Política**.

Fica definido que:

1. só serão permitidos perfis e páginas associados ao CRP SP que sejam criados e mantidos pela instituição, ou seja, tenham caráter de oficiais. A autarquia reserva-se o direito de não corroborar perfis e páginas que se autointitulem associados ao Conselho e não sejam reconhecidos como perfis oficiais, tomando as devidas medidas quando necessárias;
2. as contas oficiais do CRP SP serão gerenciadas por equipe certificada e autorizada pelo CRP SP, composta por profissionais da comunicação, trabalhadoras e trabalhadores da autarquia e psicólogas e psicólogos conselheiras e conselheiros;

3. como forma de garantia da veracidade, exatidão, confiabilidade, qualidade e legalidade das informações e mensagens que circulam pelos canais e perfis oficiais do CRP SP, as interações, nestes espaços, estarão sujeitas à moderação e filtragem, podendo ser excluídas as mensagens e os perfis que
 - a. usem linguagem inapropriada, obscena, caluniosa, grosseira, abusiva, difamatória, ofensiva ou de qualquer outra forma censurável;
 - b. façam apologia a práticas ilícitas;
 - c. incitem o ódio, a violência, o racismo ou façam discriminação de qualquer ordem;
 - d. contenham ameaças, assédio, injúria, calúnia ou difamação ou configurem qualquer outra forma de ilícito penal;
 - e. divulguem conteúdos na forma de *spam* ou “correntes”;
 - f. caracterizem intuito comercial ou publicitário;
 - g. sejam ininteligíveis ou fora de contexto;
 - h. contenham propagandas político-partidárias;
 - i. contenham *links* suspeitos ou representem ameaça à segurança da informação;
 - j. façam uso de informações e imagens de pessoas e instituições de modo indevido;
 - k. contenham dados pessoais da autora, do autor ou de terceiros;
 - l. violem os direitos de imagem e de propriedade intelectual;
 - m. sejam fraudulentos (perfis falsos e/ou *bots*) ou promovam conteúdo inverídico (*fake news*).

A não observância a essas regras poderá acarretar ações imediatas do CRP SP, independentemente de justificativa, consulta ou aviso prévio. Conforme o conteúdo, as mensagens poderão ser encaminhadas à autoridade responsável.

Orientações gerais

O ciberespaço é um espaço público. Todas as opiniões, comentários e interações emitidas/ocorridas em redes sociais, portanto, devem ser entendidas como manifestações públicas, sujeitas à responsabilização na forma da lei.

A participação do Sistema Conselhos de Psicologia na arena pública, tanto em sua dimensão virtual quanto física, é estritamente institucional. Por isso, recomenda-se o máximo de cuidado a conselheiras/os e trabalhadoras/es do CRP SP antes de emitir qualquer posicionamento, comentário ou opinião pessoal sobre assuntos que digam respeito ao Sistema Conselhos e/ou à prática da Psicologia. Além disso, **perfis pessoais são expressamente vedados de falar em nome do CRP SP**. Menções à autarquia, a conselheiras/os e trabalhadoras/es, desde que não violem questões de direitos autorais, privacidade e segurança da informação, e que sejam feitas com respeito e responsabilidade, são autorizadas.

Caso seja necessário emitir um posicionamento e/ou resposta oficial sobre qualquer assunto, a Unidade de Comunicação deve ser acionada por um solicitante legítimo. É fundamental que o conteúdo enviado esteja previamente validado por uma comissão permanente ou especial ou por uma unidade administrativa, garantindo que o tema seja tratado de forma **técnica** e alinhada aos parâmetros institucionais.

Toda e qualquer comunicação pessoal deve ser tratada como tal. Mensagens de caráter pessoal não devem ser tornadas públicas. **Havendo necessidade de divulgar o conteúdo de alguma mensagem de terceiros, certifique-se de obter uma autorização prévia da/do autora/or**. Tendo em vista a possibilidade de divulgação, mantenha, em sua correspondência institucional, o mesmo respeito e urbanidade que caracterizam as manifestações públicas do CRP SP.

No engajamento com postagens não relacionadas ao Sistema Conselhos e/ou à prática da Psicologia, conselheiras/os e trabalhadoras/es devem se portar de maneira respeitosa e condizente com os princípios definidos nas normativas do Sistema Conselhos e, mais amplamente, com o ordenamento jurídico brasileiro. Ressaltamos a importância de não disseminar nenhum conteúdo que não proceda de fonte identificável, confiável e verificável.

Dicas de comunicação *on-line*

A seguir, listamos uma série de dicas adaptadas do [Manual de redes sociais](#) do Ministério da Economia, para que sejam usadas como referência.

Os conteúdos postados são sempre de ordem pessoal, mas, a partir do momento em que a usuária definir seu local de trabalho, invariavelmente terão também um teor institucional/profissional. Isso significa que há algumas boas práticas simples que devem ser seguidas quando a conselheira ou trabalhadora postar alguma imagem ou texto de seu local de trabalho ou com referência a ele:

- as informações escritas na rede são de responsabilidade da/do conselheira/ro ou trabalhadora/or, mas atingem a todas as entidades — pessoas e instituições — presentes nos conteúdos de suas mensagens;
- você é uma pessoa pública. Sempre que postar algo nas redes sociais, entenda que o conteúdo da sua mensagem será visto por colegas, chefes, clientes, fornecedores, parceiras institucionais e de negócio, amigas e familiares;
- suas/seus seguidoras/es e/ou amigas/os vão confundir o seu “eu” pessoal com o seu “eu” profissional. Você pode não ser a porta-voz oficial da instituição na qual trabalha, mas, a partir do momento em que deixar público seu perfil numa rede social, será vista pelas/pelos demais usuários/os como alguém que fala em nome da instituição;

- evite postar qualquer coisa que possa gerar danos à instituição em que atue;
- escrever na rede é o mesmo que escrever em pedra. Escrever não é o mesmo que falar: suas palavras ficam na *web* e são indexadas quase que instantaneamente por outras redes. Assim, mesmo que apague um *post* do qual tenha se arrependido, ele provavelmente já terá sido indexado pelo Google e por outros *sites*, eternizando-se na internet e pondo-se ao alcance de todas/os as/os usuárias/os. Pense antes de publicar. Se for para se arrepender, arrependa-se antes de escrever;
- proteja-se. Uma crise envolvendo *posts* em redes sociais feitos por uma/um trabalhadora/or e prejudicando o órgão nunca tem somente a instituição como alvo único, e pode acabar causando danos de imagem também a suas/seus funcionárias/os.
- nunca deixe de ser você. Como qualquer cidadã/ão, você é livre para pensar e expressar o que desejar, da forma que preferir. Mas, como qualquer pessoa pública, tem de entender que tudo o que expressar provavelmente trará consequências, sejam positivas ou negativas;
- cuidado com questões sigilosas e informações privilegiadas. É vedada a publicação de informação confidencial ou prejudicial à imagem do Conselho, assim como não se deve antecipar resultados de trabalhos ainda não divulgados oficialmente pela autarquia;
- tenha uma conduta ética nas redes sociais durante viagens de trabalho. Conselheiras/os e/ou trabalhadoras/es que estiverem em viagem a serviço do Conselho devem tomar cuidado com suas postagens em redes sociais. Há diversos casos em que a imagem de órgãos públicos foi arranhada devido a mau comportamento de servidores em viagens oficiais que é exposto nas redes;
- lembre-se: você não está a turismo. Ainda que nas horas vagas você aproveite uma ida pelo CRP SP ao Rio de Janeiro, por exemplo, e resolva pegar uma praia ou visitar um ponto turístico, mostrar isso nas redes pode gerar um conflito de mensagens para seus seguidores e principalmente para colegas de trabalho e amigos que sabem do real propósito de sua missão. As viagens são custeadas com recursos públicos e isso deve ser levado em máxima consideração;



- mostre a que veio. Postagens sobre o trabalho realizado, de forma positiva, são salutares e até incentivadas. Divulgar o nosso trabalho e o trabalho do CRP SP é sempre positivo e colabora para a boa imagem da instituição.