



CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA - 8ª REGIÃO  
NOTA TÉCNICA Nº 2/2022/08-COF/08-GETEC

**PROCESSO Nº 570800128.000150/2022-48**

**INTERESSADO: PLENÁRIO**

**Orienta profissionais da Psicologia sobre uso de redes sociais, publicidade e cuidados éticos, e revoga as Notas Técnicas CRP-PR nº 001/2018 e 002/2019.**

O Conselho Regional de Psicologia do Paraná (CRP-PR), em atenção à [Nota Técnica CFP nº 001/2022 - Uso Profissional das Redes Sociais: Publicidade e Cuidados Éticos<sup>\[1\]</sup>](#), publicada em junho de 2022, apresenta-se com a finalidade de prestar orientações sobre uso de redes sociais, publicidade profissional e cuidados éticos.

As orientações do CRP-PR estão fundamentadas, especialmente, no Código de Ética Profissional do Psicólogo (CEPP) - Resolução CFP nº 010/2005, na Resolução CFP nº 003/2007, que institui a Consolidação de Resoluções, na Resolução CFP nº 10/2018, que dispõe sobre a inclusão do Nome Social na Carteira de Identidade Profissional da Psicóloga e do Psicólogo, no Estatuto da Criança e do Adolescente, no Código de Defesa do Consumidor e na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Ainda que cada área de atuação da Psicologia possua normativas específicas que direcionam o exercício profissional, as legislações sobre publicidade profissional deverão ser seguidas pelas(os/es) Psicólogas(os/es) em toda e qualquer divulgação profissional, e independem da sua área de atuação.

Do Código de Ética Profissional do Psicólogo (CEPP), destacam-se:

Princípios Fundamentais

I. O psicólogo baseará o seu trabalho no respeito e na promoção da liberdade, da dignidade, da igualdade e da integridade do ser humano, apoiado nos valores que embasam a Declaração Universal dos Direitos Humanos.

II. O psicólogo trabalhará visando promover a saúde e a qualidade de vida das pessoas e das coletividades e contribuirá para a eliminação de quaisquer formas de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

III. O psicólogo atuará com responsabilidade social, analisando crítica e historicamente a realidade política, econômica, social e cultural.

IV. O psicólogo atuará com responsabilidade, por meio do contínuo aprimoramento profissional, contribuindo para o desenvolvimento da Psicologia como campo científico de conhecimento e de prática.

V. O psicólogo contribuirá para promover a universalização do acesso da população às informações, ao conhecimento da ciência psicológica, aos serviços e aos padrões éticos da profissão.

VI. O psicólogo zelará para que o exercício profissional seja efetuado com dignidade, rejeitando situações em que a Psicologia esteja sendo aviltada.

VII. O psicólogo considerará as relações de poder nos contextos em que atua e os impactos dessas relações sobre as suas atividades profissionais, posicionando-se de forma crítica e em consonância com os demais princípios deste Código.

Art. 9º - É dever do psicólogo respeitar o sigilo profissional a fim de proteger, por meio da confidencialidade, a intimidade das pessoas, grupos ou organizações, a que tenha acesso no exercício profissional.

Art. 18 – O psicólogo não divulgará, ensinará, cederá, emprestará ou venderá a leigos instrumentos e técnicas psicológicas que permitam ou facilitem o exercício ilegal da profissão. [...]

Art. 20 – O psicólogo, ao promover publicamente seus serviços, por quaisquer meios, individual ou coletivamente:

- a) Informará o seu nome completo, o CRP e seu número de registro;
- b) Fará referência apenas a títulos ou qualificações profissionais que possua;
- c) Divulgará somente qualificações, atividades e recursos relativos a técnicas e práticas que estejam reconhecidas ou regulamentadas pela profissão;
- d) Não utilizará o preço do serviço como forma de propaganda;
- e) Não fará previsão taxativa de resultados;
- f) Não fará auto-promoção em detrimento de outros profissionais;
- g) Não proporá atividades que sejam atribuições privativas de outras categorias profissionais;
- h) Não fará divulgação sensacionalista das atividades profissionais.

Cabe à(ao/e) própria(o/e) profissional, em sua autonomia e responsabilidade, eleger os meios de comunicação e o conteúdo de suas divulgações profissionais, desde que respeitadas as diretrizes éticas e técnicas da profissão. Conforme orienta a Nota Técnica CFP nº 001/2022:

Salienta-se que a psicóloga e o psicólogo têm autonomia para escolher os meios de divulgação de sua atividade profissional, devendo avaliar os meios de comunicação, as redes sociais e as plataformas mais adequados eticamente às suas necessidades profissionais e ao público a quem se dirige, considerando o que dispõem as normativas da profissão e assumindo as responsabilidades por essa decisão.

As publicações de cunho profissional devem, necessariamente, estar embasadas na ciência e em conteúdos afetos à Psicologia. Por isso, é necessário refletir qual ferramenta atinge este objetivo, o(s) contexto(s) a que se refere(m), a quem se destina, qual a fundamentação teórica e técnica da mensagem a ser transmitida, e quais os possíveis efeitos causados aos envolvidos. Conforme Nota Técnica CFP nº 001/2022:

O uso de ferramentas digitais e as questões éticas envolvidas no exercício profissional têm sido alvo de discussões. Alguns pontos dessas discussões merecem destaque quanto ao uso das ferramentas e quanto às questões éticas envolvidas, a saber:

- 1- a perenidade das informações veiculadas pelas profissionais e pelos profissionais;
- 2- a possibilidade da conexão dos serviços psicológicos com informações em desacordo com os aspectos éticos estabelecidos para a prática profissional;
- 3- publicações associadas à imagem da psicóloga e do psicólogo na internet que não sejam adequadas para o exercício profissional; e
- 4- a importância de se saber manejar essas informações com o conhecimento adequado das ferramentas digitais utilizadas e o conhecimento dos riscos éticos envolvidos.

---

[1] Disponível em: [https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/06/SEI\\_CFP-0612475-Nota-Tecnica.pdf](https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/06/SEI_CFP-0612475-Nota-Tecnica.pdf). Acesso em 03 de setembro de 2022.

## 1. DAS INFORMAÇÕES MÍNIMAS OBRIGATÓRIAS

Ao promover publicamente seus serviços, em quaisquer meios, é obrigatório que a(o/e) profissional apresente o título de Psicóloga(o/e), junto ao seu nome completo e ao registro profissional (ex.: Nome Completo CRP-08/XXXXX), não podendo abreviar ou omitir seu sobrenome.

Cabe ressaltar, conforme previsto na Resolução CFP nº 10/2018 e na Nota Técnica CFP nº 001/2022, que profissionais travestis e transexuais possuem o direito de utilizar seus nomes sociais em suas divulgações:

Art. 3º - Fica permitida a assinatura nos documentos resultantes do trabalho da Psicóloga e do Psicólogo, bem como instrumentos de sua divulgação, o uso do Nome Social, juntamente com o número de registro do profissional, não sendo necessária a inclusão do Nome Civil.

Parágrafo único: Para efeito de tratamento profissional da Psicóloga e do Psicólogo, a exemplo de crachás, dentre outros, deverá ser utilizado somente o Nome Social e o número de registro. (Resolução CFP nº 10/2018)

Ressalta-se que o uso de nomes de povos originários e povos tradicionais<sup>[2]</sup> é permitido, e também o uso de apelidos, desde que obedeçam os requisitos elencados anteriormente. Ressalta-se que o uso e divulgação das artes e da logomarca no perfil de redes sociais é permitido, desde que vinculado ao nome completo ou nome social da profissional ou do profissional e seu número de inscrição e CRP.

Para além do título profissional e de sua identificação, podem ser apresentadas, de forma opcional, outras informações que a(o/e) Psicóloga(o/e) entender cabíveis sobre o seu exercício profissional. A saber:

A psicóloga e o psicólogo podem destacar em sua publicidade, por exemplo, sua formação, o público que atendem, a abordagem teórica que utilizam, sua metodologia de trabalho, entre outras questões técnicas e que caracterizam sua atuação profissional (Nota Técnica CFP nº 001/2022)

---

[2] Povos originários e povos tradicionais são grupos culturalmente diferenciados que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos inovadores e práticas gerados e transmitidos pela tradição (Decreto nº 6.040/2007).

## 2. DOS TÍTULOS PROFISSIONAIS

Deve-se divulgar e fazer referência somente a títulos que de fato a(o/e) Psicóloga(o/e) possua. Ou seja, somente poderá se divulgar “especialista em”, “mestre em”, “doutor(a) em” caso de fato possua pós-graduação concluída que o fundamente, ou possua o Título Profissional de Especialista, concedido pelo CFP, conforme Resolução CFP nº 013/2007 (ou outra que venha a substituí-la).

A experiência profissional e conhecimento teórico têm certamente relação com a qualificação pessoal, teórico e técnica exigida de cada Psicóloga(o/e) para a prestação de um serviço (conforme orienta o CEPP). Contudo, esses não são critérios para a vinculação ou indicação do título de especialista, de forma que poderão ser divulgadas como “especialidade” apenas formações comprovadas por titulação acadêmica ou, como mencionado acima, concedidas pelo CFP. No âmbito da experiência profissional, tão somente será possível a indicação de que a(o/e) profissional possui experiência em área de atuação específica, para não induzir a(o) usuária(o) ao erro.

Além disso, ainda que se reconheça que a nomenclatura “doutor(a)” seja socialmente utilizada para a definição de profissionais de saúde, ou profissões ditas como “tradicionais”, entende-se que é responsabilidade da(o/e) Psicóloga(o/e) sinalizar ao público atendido sobre as qualificações que de fato possui, não perpetuando o entendimento equivocado referente a qualificações que eventualmente não tenha. Quando requisitado, em função da divulgação realizada, é seu dever comprovar as titulações publicadas.

## 3. DA CIÊNCIA PSICOLÓGICA E DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Conforme apresentado na Nota Técnica CFP nº 001/2022:

Salienta-se que o pronunciamento profissional de Psicólogas e de psicólogos tem diretrizes próprias, estabelecidas especificamente no art. 19 do CEPP, que responsabilizam a profissional e o profissional pela disseminação de informações e conteúdos que apresentem ao público entendimentos qualificados sobre os temas de interesse e competência da psicologia na qualidade de ciência e profissão.

A liberdade de expressão de qualquer cidadão é garantida. Contudo, não se pode prescindir da ética profissional quando se trata do exercício da Psicologia, inclusive quando a pessoa se anuncia como psicóloga e como psicólogo e divulga seu trabalho. É necessário salientar que a graduação em Psicologia é uma formação generalista, e que posteriormente há a possibilidade de se especializar em determinada área. Entretanto, cabe à profissional e ao profissional refletirem se estão capacitados pessoal, teórica e tecnicamente para oferecer determinado serviço.

A partir do momento em que divulgações são investidas de conteúdos relacionados à Psicologia, utilizando-se do título de Psicóloga(o/e), uma responsabilidade ética, teórica, técnica e legal com a Psicologia, a sociedade e seu órgão de classe é assumida pela(o) emissor(a) da mensagem. Desta forma, todas as divulgações profissionais deverão ter fundamentação técnica e ética, bem como vinculação somente com métodos e técnicas reconhecidos pela profissão, respeitando as normativas profissionais, promovendo a disseminação de informações e o conhecimento da ciência psicológica.

#### **4. DO USO DAS REDES SOCIAIS**

Ao divulgar seus serviços em redes sociais, orienta-se que a(o/e) Psicóloga(o/e) crie um perfil profissional específico para esta finalidade, desvinculado de seu perfil pessoal, promovendo, assim, a devida distinção entre publicações e conteúdos de cunho pessoal daquelas de cunho profissional. Essa recomendação parte, justamente, da compreensão de que os direitos, deveres e responsabilidades assumidos perante a divulgação de conteúdos profissionais não são os mesmos quando uma publicação é realizada em âmbito particular e pessoal, conforme indicado anteriormente. Ainda segundo aponta a Nota Técnica CFP nº 001/2022:

A utilização das redes sociais deve ser feita com cautela, analisando as implicações e as fronteiras entre o espaço profissional e o espaço pessoal. Os dizeres ficam registrados, atingem um público mais amplo e o que é exposto pode ter alcances indeterminados. As publicações devem respeitar a ética profissional, conforme dispõe o CEPP, estando em consonância com a técnica e apresentar conteúdo coeso com a ciência psicológica. A profissional e o profissional devem analisar criticamente o conteúdo a ser publicado, haja vista a amplitude das divulgações nas redes sociais.

(...)

Além disso, a profissional e o profissional, ao realizar a publicidade de seus serviços, tanto em meio físico, quanto em redes sociais, deverão obedecer às normativas da profissão e garantir que o seu trabalho seja baseado no respeito, na promoção da liberdade, da dignidade, da igualdade e da integridade do ser humano, a fim de promover a saúde e a qualidade de vida das pessoas. Sempre com o compromisso de que sua atuação não caracterize negligência, preconceito, exploração, violência, crueldade ou opressão (...)

Ao não fazer a devida separação entre os perfis profissionais e pessoais, conforme recomenda o CFP e o CRP-PR, e havendo confusão entre o seu posicionamento pessoal e os conteúdos da ciência psicológica, a(o/e) Psicóloga(o/e) pode vir a ser questionada(o/e) eticamente em relação ao seu exercício profissional.

#### **5. DAS PLATAFORMAS COLETIVAS DE ATENDIMENTO ONLINE**

Conforme disposto pelo CFP, em sua Nota Técnica nº 001/2022:

Reforça-se que, mesmo quando a divulgação dos serviços é elaborada com o auxílio de empresas terceirizadas, plataformas coletivas de atendimento on-line ou profissionais de Marketing, Publicidade e Design, continua sendo responsabilidade da psicóloga e do psicólogo verificar se o conteúdo cumpre as diretrizes éticas da profissão, podendo também ser responsabilizada ou responsabilizado pela publicidade indevida (conforme art. 2º, “d” e art. 3º do CEPP). Orienta-se que a Plataforma apresente os nomes das psicólogas, dos psicólogos e inscrição no CRP.

A responsabilidade de conhecer, divulgar, cumprir e fazer cumprir as normativas profissionais, é única da(o/e) Psicóloga(o/e), não podendo alienar seus deveres a terceiros. Desta forma, a(o/e) profissional, quando vinculada(o/e) a alguma plataforma coletiva de atendimento online, deverá sempre posicionar-se diante das(os) responsáveis por ela, demandando a compatibilidade de suas divulgações com os princípios e normativas da Psicologia. Conforme disposto no Código de Ética:

Art. 3º – O psicólogo, para ingressar, associar-se ou permanecer em uma organização, considerará a missão, a filosofia, as políticas, as normas e as práticas nela vigentes e sua compatibilidade com os princípios e regras deste Código.

Parágrafo único: Existindo incompatibilidade, cabe ao psicólogo recusar-se a prestar serviços e, se pertinente, apresentar denúncia ao órgão competente.

Recomenda-se que a(o/e) Psicóloga(o/e) busque se vincular apenas a plataformas que possuam Psicóloga(o/e) Responsável Técnica(o/e) indicada(o/e) no Conselho Regional de Psicologia, garantindo assim um maior alinhamento às normativas profissionais e a corresponsabilidade de fazê-las cumprir. Lembramos, ainda, quando se trata de plataformas de atendimento online, que é dever da(o/e) Psicóloga(o/e) realizar o seu cadastro no E-PSI antes de iniciar as divulgações desse serviço, conforme indicam as Resoluções CFP nº 11/2018 e 04/2020, ou outras que venham a substituí-las.

No que se trata do sensacionalismo, conforme disposto na [Cartilha](#) de Orientação publicada pelo Conselho Regional de Psicologia de Minas Gerais (CRP-MG)<sup>[3]</sup>:

Entende-se por sensacionalista qualquer publicidade/comunicação realizada de maneira exagerada, que superdimensiona um fato, sem rigor técnico, visando manipular sensações/emoções do público e induzir demandas e expectativas para captação de clientela. O sensacionalismo pode resultar em entendimentos equivocados, estereotipados e/ou superficiais sobre a psicologia ou serviços psicológicos. O uso dos meios de comunicação pela categoria deve contribuir para disseminar o conhecimento das atribuições profissionais, da base científica e do papel social da Psicologia, devendo ser priorizado o viés informativo e educativo, não podendo ser utilizado conteúdo sensacionalista. Ainda, conforme o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990), é vedada a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais.

Publicidades abusivas ou enganosas, que distorcem, reduzem ou omitem informações, que incitam a violência, discriminação, exploração do medo e angústias do consumidor, ou que ameacem a saúde e segurança da população são indevidas, ferindo não apenas os preceitos éticos da profissão, como também o Código de Defesa do Consumidor.

---

[3] Disponível em: [https://drive.google.com/file/d/1hZ3if5E531DtTKoAU8nwzaS\\_5jwRxcO/view](https://drive.google.com/file/d/1hZ3if5E531DtTKoAU8nwzaS_5jwRxcO/view). Acesso em: 03 de setembro 2022.

## **6. DO PREÇO, DO TRABALHO VOLUNTÁRIO, DOS CONVÊNIOS E DA OFERTA DE VAGAS SOCIAIS**

Conforme disposto na Nota Técnica CFP nº 001/2022:

Quando da divulgação dos serviços profissionais, orienta-se que o preço não seja usado como forma de propaganda, conforme disciplina o art. 20, alínea “d” do CEPP, abstendo-se de utilizar termos como: preço social, atendimento social, desconto, pacote promocional, valor acessível e similares e demais termos que façam referência a vantagem financeira do serviço. Informa-se também que não é permitido o uso de cupons promocionais e sorteios.

Tal orientação, para além da fundamentação no Código de Ética, possui amparo também na Resolução CFP nº 003/2007:

Art. 56 – O psicólogo, em sua publicidade, é obrigado a prestar informações que esclareçam a natureza básica dos seus serviços, sendo-lhe vedado:

[...]

IV – fazer propostas de honorários que caracterizem concorrência desleal;

V – fazer autopromoção em detrimento de outros profissionais da área;

[...]

VII – divulgar serviços de forma inadequada, quer pelo uso de instrumentos, quer pelos seus conteúdos falsos ou sensacionalistas, ou que firam os sentimentos da população, induzindo-lhe demandas.

É importante evidenciar que, até a publicação da Nota Técnica CFP nº 001/2022, o CRP-PR compreendia como possível o uso da terminologia “Atendimento Social” para divulgar serviços a um público em processo de exclusão social por fatores socioeconômicos ou em situação de vulnerabilidade e risco. A partir da convalidação do uso dessa terminologia, contida na referida Nota, o CRP-PR buscou construir possibilidades de divulgação de serviços para esse público.

Antes de apresentar uma indicação de termo, faz-se necessário contextualizar o seu uso, uma vez que a prestação de serviços à população descrita acima deve ser realizada com compromisso social e responsabilidade profissional. Logo, a(o/e) Psicóloga(o/e) deve definir uma proposta de trabalho, estabelecer critérios para o atendimento, definindo a área de atuação, o público ao qual se destina, as características do trabalho ofertado<sup>[4]</sup>, as condições sob as quais o atendimento irá acontecer, e demais aspectos, visando a qualidade do serviço, a promoção da saúde, a responsabilidade social, a atenção aos direitos humanos, bem como a integralidade, singularidade e dignidade da pessoa.

Ainda, a(o/e) Psicóloga(o/e) não deve criar condicionalidades para realização deste atendimento, como a participação em instituições ou agremiações terceiras, troca ou permuta de trabalhos ou, ainda, pleitear ou receber alguma espécie de vantagem. Da mesma forma, a(o/e) Psicóloga(o/e) não deve prolongar sem necessidade o tratamento ofertado, receber remunerações ou comissões além do acordado, modificar as características/condições do trabalho ao longo dele, nem se utilizar de tal prática para angariar clientes, conforme orienta o CEPP.

Entende-se que a(o/e) Psicóloga(o/e) que se propuser a atender um público em processo de exclusão social por fatores socioeconômicos ou em situação de vulnerabilidade e risco, poderá se utilizar dos termos “vaga social”, “agenda social”, “agendamento social”, “clínica social” ou, ainda, “horário social”, visto que, dessa forma, promove-se a qualificação do atendimento e a destinação de um espaço a determinado público, e não o valor a ser cobrado ou a vantagem financeira do serviço.

Com isso, compreendemos que a(o/e) Psicóloga(o/e) propicia o acesso universal e equitativo aos serviços psicológicos, desvinculando sua publicidade de uma mercantilização da saúde. Assim, a divulgação de serviços a esse público não pode se limitar ao preço do atendimento como forma de propaganda, devendo respeitar o compromisso social da Psicologia pela universalização do acesso da população aos serviços psicológicos, considerando a realidade política, econômica, social e cultural do contexto em que a(o/e) profissional está inserida(o/e).

É de fundamental importância que a(o/e) Psicóloga(o/e) busque permanentemente conhecer os equipamentos, redes e políticas públicas que muitas vezes podem absorver as demandas desse público - de maneira articulada, multidisciplinar e intersetorial -, e que se responsabilize pelos encaminhamentos cabíveis.

Mesmo se tratando de atendimento voluntário, é necessário estabelecer termo de adesão entre a entidade, pública ou privada, e o prestador do serviço voluntário, nele devendo constar o objeto e as condições de seu exercício (Lei do Voluntariado<sup>[5]</sup>). A divulgação de convênios e do trabalho voluntário é abordada pelo CFP:

Por sua vez, a divulgação de convênios com instituições, universidades, faculdades, clínicas é permitida. A divulgação de trabalho voluntário não está impedida, dessa forma a psicóloga e o psicólogo devem analisar a viabilidade do atendimento e apenas oferecê-lo quando puderem garantir a continuidade e a qualidade do serviço. É inadequado o atendimento voluntário com a finalidade de captação de clientes. (Nota Técnica CFP nº 001/2022)

O CRP-PR compreende que o estabelecimento de convênios entre instituições e profissionais de Psicologia é benéfico à prestação do serviço, podendo ser utilizado, desde que em conformidade com a ética profissional. Dessa forma, ressalta-se o disposto no Código de Ética Profissional do Psicólogo (CEPP):

Art. 2º – Ao psicólogo é vedado:

- l) Desviar para serviço particular ou de outra instituição, visando benefício próprio, pessoas ou organizações atendidas por instituição com a qual mantenha qualquer tipo de vínculo profissional;
- o) Pleitear ou receber comissões, empréstimos, doações ou vantagens outras de qualquer espécie, além dos honorários contratados, assim como intermediar transações financeiras;
- p) Receber, pagar remuneração ou porcentagem por encaminhamento de serviços.

Nesse caso, o objeto de divulgação deve ser a existência de um convênio, sem adentrar no percentual de desconto. A revelação e/ou fixação dos valores deverá ser realizada mediante consulta direta à(ao/e) profissional.

A divulgação dos serviços psicológicos na forma de “pacotes” também pode se configurar como uso do preço do serviço como forma de propaganda, indução aos serviços psicológicos, ou como um modo de prolongar desnecessariamente a prestação dos serviços profissionais. Tais situações são vedadas às(aos/es) Psicólogas(os/es). Também é importante salientar que, a qualquer tempo, a(o) usuária(o) tem o **direito** de decidir pela interrupção do serviço sem qualquer ônus, conforme o Código de Ética do Psicólogo.

Evidencia-se que, independentemente de se tratar de um atendimento particular, voluntário, social, por convênio ou qualquer outra forma de contratação, a(o/e) Psicóloga(o/e) possui o dever de, em conjunto com o beneficiário do serviço, estabelecer os acordos referentes à prestação de serviço antes de iniciá-lo, considerando as particularidades e condições da(o) usuária(o), os objetivos do trabalho, a qualidade dos serviços e a fundamentação profissional teórica e técnica. O Código de Ética Profissional do Psicólogo estabelece que:

Art. 4º – Ao fixar a remuneração pelo seu trabalho, o psicólogo:

- a) Levará em conta a justa retribuição aos serviços prestados e as condições do usuário ou beneficiário;
- b) Estipulará o valor de acordo com as características da atividade e o comunicará ao usuário ou beneficiário antes do início do trabalho a ser realizado;
- c) Assegurará a qualidade dos serviços oferecidos independentemente do valor acordado

É obrigatório que a(o/e) Psicóloga(o/e) assegure qualidade técnica e ética para o desempenho de suas funções, independentemente do valor acordado com as(os) usuárias(os) de seus serviços, mantendo registros e prontuários organizados e atualizados, respeitando os direitos das(os) clientes e garantindo acesso às informações referentes ao tratamento e seus objetivos, inclusive, se for necessário, fornecendo documentos decorrentes do trabalho desenvolvido.

No que diz respeito à divulgação do preço (valor), enquanto informação e transparência, conforme dispõe o Código de Defesa do Consumidor, o CRP-PR compreende que ela só é possível quando alinhada às normativas profissionais: evidencia-se que o direito de informação sobre o serviço a ser prestado não pode se fazer valer às custas da ética profissional ou dos demais direitos do consumidor.

---

[4] Recomenda-se que os acordos sejam firmados em contrato formal, por escrito, entre a(o/e) Psicóloga(o/e) e a(o) usuária(o) antes do início do trabalho, e que os registros documentais sejam realizados conforme Resolução CFP nº 001/2009, e guardados em segurança por período mínimo de cinco anos. Em caso de dúvidas, consulte as normativas e orientações do regional.

[5] Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9608compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9608compilado.htm). Acesso em 03 de setembro de 2022.

## 7. DO USO DE DEPOIMENTOS, FOTOS E DA CITAÇÃO DE CASOS

Conforme estabelecido pelo CFP:

Orienta-se também que a profissional e o profissional, em sua publicidade, não utilizem diagnóstico psicológico, análise de caso, aconselhamento ou orientação psicológica que, de alguma forma, identifiquem a pessoa atendida, sob pena de violação do sigilo (art. 9º do CEPP) e da Resolução CFP nº 3, de 2007 (art. 54).

A profissional e o profissional, em sua publicidade, não podem fazer uso de depoimentos de pessoas atendidas ou usuários nem de compartilhamento de depoimentos e fotos das pessoas atendidas ou usuários.

Destaca-se que, se houver o consentimento expresso, por escrito, do paciente ou do usuário dos serviços, a utilização de fotos e depoimentos é permitida, mas não recomendada, em função da possibilidade de exposição da pessoa atendida, em especial crianças e adolescentes (art. 9º do CEPP e art. 17 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990).

Diante disso, o CRP-PR convoca as(os/es) Psicólogas(os/es) a refletirem acerca das implicações éticas, técnicas e legais de pedir a usuárias(os) do seu serviço (ou responsáveis legais) que apresentem depoimentos que forneçam autorização para o uso da imagem - com a finalidade de ser utilizada como publicidade profissional - ou, ainda, sobre a utilização de fotos, desenhos, cartas ou demais conteúdos sigilosos obtidos durante a prestação de serviço psicológico.

Situações dessa natureza não apenas impactam o sigilo e o vínculo profissional, como também podem gerar uma possível interferência na continuidade da prestação do serviço psicológico, podendo as(os/es) profissionais serem questionadas(os) eticamente quanto à previsão taxativa de resultados, autopromoção, divulgação sensacionalista, violação do sigilo profissional, exposição indevida da(o) beneficiária(o) do serviço prestado ou outro aspecto ético que venham a infringir.

Conforme preconiza o Código de Ética Profissional do Psicólogo:

Princípio Fundamental V – O psicólogo contribuirá para promover a universalização do acesso da população às informações, ao conhecimento da ciência psicológica, aos serviços e aos padrões éticos da profissão.

Art. 2º – Ao psicólogo é vedado:

i) Induzir qualquer pessoa ou organização a recorrer a seus serviços;

q) Realizar diagnósticos, divulgar procedimentos ou apresentar resultados de serviços psicológicos em meios de comunicação, de forma a expor pessoas, grupos ou organizações

Art. 9º – É dever do psicólogo respeitar o sigilo profissional a fim de proteger, por meio da confidencialidade, a intimidade das pessoas, grupos ou organizações, a que tenha acesso no exercício profissional.

Art. 19 – O psicólogo, ao participar de atividade em veículos de comunicação, zelará para que as informações prestadas disseminem o conhecimento a respeito das atribuições, da base científica e do papel social da profissão.

Em complemento, conforme Resolução CFP nº 13/2022:

Art. 11. A gravação das sessões de psicoterapia, por áudio ou vídeo, deve ser consentida, em caráter livre, prévio, informado e por escrito, pela pessoa a ser atendida, e deve:

I - ser justificada pela finalidade ou pelo método de trabalho utilizado; e

II - garantir o sigilo, conforme normas que regem a prática da Psicologia.

§ 1º A gravação de atendimento de criança, adolescente ou interdito é condicionada ao consentimento dos responsáveis, livre, prévio, informado e por escrito, e à subsequente anuência da pessoa a ser atendida.

§ 2º É vedado o uso dos registros de áudio e imagem das pessoas atendidas em caráter alheio às finalidades e ao método previamente estabelecidos.

§ 3º A gravação de sessões compõe o registro documental, nos termos da Resolução CFP nº 1, de 30 de março de 2009.

Compreende-se que a divulgação de conteúdos sigilosos com a intenção de ganhar visibilidade social e divulgar serviços prestados não é coerente com os preceitos éticos da profissão, pois permeiam uma exploração comercial e exposição indevida da intimidade das pessoas visando ao benefício próprio. Qualquer interessado poderá encontrar razões suficientes para questionar judicialmente ou eticamente



tal conduta, que será analisada à luz do que é aqui exposto. Dessa forma, evidencia-se que não é prudente, nem oportuno, valer-se de estratégia tão débil de publicidade profissional para alcançar resultados que podem ser obtidos de outras formas sem os riscos e exposição que a proposta apresenta.

O CRP-PR entende que a imagem da(o) beneficiária(o) dos serviços psicológicos não deve ser objeto de apreensão publicitária, e que a exposição da intimidade das pessoas atendidas viola o CEPP. Destaca-se, ainda, que os conteúdos, quando publicados na internet, são perenes, e seu alcance e impactos são imensuráveis ao longo do tempo. Dessa maneira, a(o/e) Psicóloga(o/e) estará sujeita(o/e) a questionamentos, inclusive, da própria pessoa que autorizou a publicidade, sentindo-se arrependida, desrespeitada ou invadida com tal exposição. O dever de preservar o sigilo e a intimidade das pessoas é da(o/e) profissional, conforme indica o Código de Ética:

Art. 10 – Nas situações em que se configure conflito entre as exigências decorrentes do disposto no Art. 9º e as afirmações dos princípios fundamentais deste Código, excetuando-se os casos previstos em lei, o psicólogo poderá decidir pela quebra de sigilo, **baseando sua decisão na busca do menor prejuízo.**

Parágrafo único – Em caso de quebra do sigilo previsto no caput deste artigo, o psicólogo deverá restringir-se a prestar as informações estritamente necessárias.

Logo, compreende-se que a exposição do paciente e a quebra do sigilo devem ser fundamentadas nos benefícios trazidos de tal decisão, ponderando o quanto são mais benéficas do que os prejuízos decorrentes de: a) violação da integridade psíquica das pessoas; b) exploração comercial do indivíduo; c) exposição da intimidade dos pacientes; d) violação do sigilo profissional; e) violação ao tratamento de dados pessoais sensíveis; f) impactos imprevisíveis de tal publicação.

Agrava-se ainda mais a quebra do sigilo quando expostas indevidamente pessoas de maior vulnerabilidade (como crianças, adolescentes, interditos, pessoas com deficiência, idosos), e que demandam das(os/es) Psicólogas(os/es) maior proteção e raciocínio crítico em seu posicionamento, bem como maior alinhamento às normativas adicionais correspondentes, dentre as quais destacamos:

Art. 17. O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais. *(Lei nº 8.069/1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente)*

Art. 10. É obrigação do Estado e da sociedade assegurar à pessoa idosa a liberdade, o respeito e a dignidade, como pessoa humana e sujeito de direitos civis, políticos, individuais e sociais, garantidos na Constituição e nas leis.

[...]

§ 2º O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, de valores, idéias e crenças, dos espaços e dos objetos pessoais. *(Lei nº 10.741/2003 - Estatuto da Pessoa Idosa)*

Art. 8º É dever do Estado, da sociedade e da família assegurar à pessoa com deficiência, com prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à sexualidade, à paternidade e à maternidade, à alimentação, à habitação, à educação, à profissionalização, ao trabalho, à previdência social, à habilitação e à reabilitação, ao transporte, à acessibilidade, à cultura, ao desporto, ao turismo, ao lazer, à informação, à comunicação, aos avanços científicos e tecnológicos, à dignidade, ao respeito, à liberdade, à convivência familiar e comunitária, entre outros decorrentes da Constituição Federal, da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo e das leis e de outras normas que garantam seu bem-estar pessoal, social e econômico *(Lei nº 13.146/2015 - Estatuto da Pessoa com Deficiência)*

Em complemento, a Nota Técnica nº 001/2022 indica que:

Para além da responsabilidade ética, a psicóloga e o psicólogo devem zelar pela qualidade técnica de seus serviços, adotando condutas que não sujeitem sua clientela a quaisquer riscos, dos quais se destacam aqueles que podem advir da exposição de conteúdos íntimos em mídias públicas de informação. Em suma, devem respeitar o que prega a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018).

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) define esses conteúdos como dados sensíveis, demandando a garantia mínima de princípios como a segurança, adequação, necessidade e responsabilização do agente de tratamento. Orienta-se que a(o/e) Psicóloga(o/e) aproprie-se de tal normativa para proceder com o adequado tratamento dos dados sensíveis coletados (coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração).

Outro ponto importante a ser destacado, no que se refere à publicação em redes sociais, é o dever da(o/e) Psicóloga(o/e) quanto a não publicizar os registros documentais, prontuários, documentos elaborados e Testes Psicológicos, tendo em vista o seu dever de zelar pela guarda de materiais privativos da categoria.

No que diz respeito a palestras, entrevistas ou outras formas de comunicação com a sociedade, o mesmo cuidado deve ser adotado, de forma que sejam realizadas somente com a garantia de preservação da identidade e intimidade das pessoas envolvidas, respeitando, assim, o dever quanto ao sigilo profissional e a não exposição indevida previstos no CEPP.

## 8. DA VINCULAÇÃO DA PSICOLOGIA A OUTRAS PRÁTICAS

Conforme disposto na Nota Técnica CFP nº 001/2022:

Práticas que apresentem divergências com a ética profissional devem ser evidentemente separadas dos serviços de psicologia, inclusive de sua publicidade e divulgação, não induzindo usuários e a sociedade a entendimentos equivocados sobre a profissão.

O CRP-PR considera inadequados o desenvolvimento e a divulgação de qualquer prática que não estejam respaldados por um conjunto de critérios científicos **da ciência psicológica** capazes de sustentá-los. Além disso, compreende-se que uma prática deve estar embasada não somente pela técnica e/ou pela teoria, mas também pela postura ética adotada pela(o/e) profissional no exercício e publicidade da profissão.

Enquanto autarquia, o Conselho procura fomentar a autorreflexão exigida de cada Psicóloga(o/e) acerca da sua práxis, de modo a responsabilizá-la(o/e) pela vinculação de técnicas e práticas em sua divulgação e atuação profissional. Elencamos os seguintes questionamentos para auxiliar na reflexão:

1. A prática está de acordo com o que preveem o [Código de Ética Profissional do Psicólogo](#) e as normativas profissionais?
2. A(O/E) Psicóloga(o/e) conhece estudos da comunidade científica na área de Psicologia que tratem de sua utilização de forma exitosa?
3. Enquanto Psicóloga(o/e), a(o/e) profissional está qualificada(o/e) para utilizar essa abordagem/prática em seu exercício profissional de maneira a prestar um serviço de qualidade?

Caso não existam estudos na área da Psicologia que abordem o uso dessa técnica/método de forma exitosa, não é possível oferecer e/ou divulgar esse tipo de atendimento, conforme Código de Ética Profissional do Psicólogo (Resolução CFP nº 010/2005). Caso, por outro lado, a(o/e) Psicóloga(o/e) venha a divulgar prática ou técnica que seja possível de ser vinculada à Psicologia (de forma complementar), então deverá manter o uso do título de Psicóloga(o/e) e, em complemento, indicar a formação/especialização (Psicóloga(o/e) NOME COMPLETO, CRP-08/XXXX, com formação em “nome da prática”).

O mesmo ocorre quando a(o/e) Psicóloga(o/e) possuir outras profissões regulamentadas (como administrador, advogado, médico, fisioterapeuta, educador físico, etc.). A(O/E) profissional deverá atentar-se para que a divulgação de uma segunda formação seja realizada separadamente do título de

Psicóloga(o/e), compreendendo-se, assim, que deverá haver um material de divulgação (cartão profissional, site, perfil em rede social, etc.) para cada profissão.

Entende-se que não é possível à(ao/e) Psicóloga(o/e) promover a divulgação conjunta e/ou o uso do mesmo espaço para a prestação de duas atividades distintas (sejam regulamentadas ou não). Tal situação pode se configurar como duplicidade de vínculo, indução a convicções, vinculação da Psicologia a outras práticas, e/ou propagação de desinformação à sociedade.

## 9. DA OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Conforme disposto pela Nota Técnica CFP nº 001/2022:

É vedada a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços (Resolução CFP nº 11, de 20 de dezembro de 2000, e Código de Defesa do Consumidor – Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990).

Às(Aos/Es) profissionais que se propuserem a divulgar e oferecer produtos à sociedade, indica-se a leitura, na íntegra, da Resolução CFP nº 011/2000<sup>[6]</sup>, que disciplina a oferta de produtos e serviços ao público:

Art.1º – Os psicólogos, ao oferecerem serviços e produtos ao público, deverão seguir o disposto nessa Resolução e os princípios estabelecidos pelo Código de Ética Profissional do Psicólogo e do Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

§1º – Entende-se como produto os testes psicológicos, inventários de interesses, material de orientação vocacional, jogos e outros instrumentos. [...]

Art. 2º - Todo produto oferecido ao público deverá ter uma correspondente ficha técnica, constando obrigatoriamente, no mínimo, os seguintes itens: [...]

Caso as atividades comerciais divulgadas envolvam atividades distintas da Psicologia, então não poderão estar vinculadas ao título de Psicóloga(o/e) e, ainda, não poderão ser oferecidos aos usuários do serviço psicológico.

Evidencia-se que não é adequado o uso do ambiente terapêutico/local de prestação de serviços, ou do vínculo existente com a(o) usuária(o), para qualquer fim que não o contratado, tal como a venda de mercadorias como livros, flores, materiais de escritório, produtos digitais, dentre outros.

Essa prática pode acarretar prejuízos para o vínculo e qualidade do trabalho prestado, podendo a(o/e) Psicóloga(o/e) estar sujeita(o/e) às medidas cabíveis. A permuta como forma de pagamento também não é permitida, considerado o disposto acima.

---

[6] Disponível em: <https://atosoficiais.com.br/cfp/resolucao-de-fiscalizacao-e-orientacao-n-11-2000-disciplina-a-oferta-de-produtos-e-servicos-ao-publico?origin=instituicao&q=%2011%202000>. Acesso em 03 de setembro de 2022.

## 10. DA DIVULGAÇÃO REALIZADA POR PESSOA JURÍDICA

Conforme disposto na Resolução CFP nº 16/2019, as pessoas jurídicas que prestam serviços de Psicologia (seja em decorrência da atividade principal ou secundária) devem realizar a sua inscrição no Conselho Regional correspondente. Decorrente de tal inscrição, um número de registro será designado à instituição e, por consequência, deverá ser utilizado nas divulgações profissionais, conforme segue: Nome Fantasia ou Razão Social + CRP-08-PJ/XXXXX.

Conforme orienta o CFP:

As Pessoas Jurídicas que prestam serviços de Psicologia também devem seguir as diretrizes mencionadas neste documento, quando houver publicidade profissional a respeito das atividades de psicólogas e de psicólogos, sendo função da Responsável Técnica e do Responsável Técnico a observância do cumprimento das normativas mencionadas, bem como normativas específicas sobre Pessoas Jurídicas (Nota Técnica CFP nº 001/2022)

Considerando que toda Matriz e Filial deverá apresentar minimamente um(a/e) Psicóloga(o/e) Responsável Técnica(o/e) da Pessoa Jurídica, compreende-se que essa(e) profissional, bem como outras(os/es) Psicólogas(os/es) ligadas(os/es) à instituição, deve acompanhar as publicidades profissionais realizadas quanto a serviços psicológicos, garantindo assim que estejam em conformidade com as normativas e ética profissional. Diante da existência de alguma irregularidade ou possível falta ética, a(o/e) Psicóloga(o/e) deve posicionar-se solicitando a regularização da situação. Caso a situação permaneça, deverá ser comunicada ao Conselho Regional de Psicologia para análise e ações cabíveis.

No que diz respeito ao uso de Nome Fantasia, entende-se que esse é o nome popular ou comercial de uma empresa, geralmente utilizado para a sua divulgação, visando ao maior aproveitamento de sua marca; porém, o uso de um nome fantasia é aplicável apenas a uma empresa legalmente constituída. Portanto, caso não exista uma personalidade jurídica devidamente estabelecida, com CNPJ, não há possibilidade de existir um nome fantasia.

Se não houver uma Pessoa Jurídica devidamente constituída, a divulgação profissional deverá se dar apenas em nome da(o/e) Psicóloga(o/e) enquanto Pessoa Física. Do contrário, as(os) clientes estariam sendo levadas(os) a entender erroneamente que se trata de uma empresa de Psicologia, o que poderia induzi-las(os) a buscar tais serviços justamente por acreditarem que se trata de uma empresa legalmente constituída.

Além disso, o uso de Nome Fantasia sem a devida constituição de uma Pessoa Jurídica pode ser caracterizado pelo Código de Defesa do Consumidor (art. 37) como propaganda enganosa.

## **11. DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante da importância do tema e das demandas de orientação e fiscalização que o CRP-PR recebe, considerou-se necessário problematizar a temática por meio dos pontos abordados nesta nota. Orienta-se que as(os/es) Psicólogas(os/es) ajam com respeito aos direitos das(os) usuárias(os) de seus serviços, tendo a devida consciência e criticidade ao divulgar a oferta de um serviço, primando pela ética profissional na divulgação de informações, e respeitando suas possibilidades e limites profissionais.

A publicidade profissional demanda da(o/e) Psicóloga(o/e) raciocínio crítico, uma vez que cria interlocução entre a Psicologia e a sociedade e traz não apenas visibilidade à(o/e) profissional, mas também impactos (positivos ou negativos) à Psicologia, enquanto ciência e profissão.

Pontua-se, ainda, que as orientações e normativas não se esgotam com a presente Nota Técnica, devendo a(o/e) Psicóloga(o/e) estar ciente e seguir demais normativas, como o Código de Defesa do Consumidor, a Lei do Trabalho Voluntário, a Declaração Universal dos Direitos Humanos e outras relacionadas à área de atuação profissional.

Esta Nota Técnica é resultado de uma série de trabalhos e discussões realizadas em diferentes instâncias do Sistema Conselho de Psicologia, no Grupo de Trabalho Nacional responsável pela publicação da Nota Técnica CFP nº 001/2022, Comissão de Orientação e Fiscalização (COF) do CRP-PR, e no Grupo de Trabalho Regional instituído pelo XIV Plenário, conselheiras(os/es) e colaboradoras(es) do CRP-PR.

A presente Nota Técnica foi aprovada por este Plenário no dia 03 de setembro de 2022.

Curitiba, 23 de Setembro de 2022.

Psic. Gustavo Lacatus da Costa de Oliveira  
CRP-08/20191 | Conselheiro Secretário  
Conselho Regional de Psicologia do Paraná

Psic. Renata Campos Mendonça  
CRP-08/09371 | Conselheira Presidenta  
Conselho Regional de Psicologia do Paraná



Documento assinado eletronicamente por **RENATA CAMPOS MENDONÇA, Usuário Externo**, em 23/09/2022, às 15:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Lacatus da Costa de Oliveira, Usuário Externo**, em 23/09/2022, às 18:21, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.cfp.org.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.cfp.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0728269** e o código CRC **8A268135**.