

MANUAL DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DO **CRP-03**

 www.crp03.org.br





CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA DA BAHIA
COMISSÃO DE PSICOLOGIA E COMUNICAÇÃO

**MANUAL DE COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL CONSELHO REGIONAL
DE PSICOLOGIA DA BAHIA
CRP-03**

3ª EDIÇÃO

Conselheira responsável

Gloria Maria Machado Pimentel (CRP-03/8457)

Equipe técnica

Gabriela Maria Bastos Ferreira
Filipe Teixeira de Jesus Lopes
Lívia Cavalcante Santana Santos
Camila dos Santos da Silva

Salvador-BA, 2024

3ª edição

© 2024 Conselho Regional de Psicologia da Bahia.

É permitida a reprodução desta publicação,
desde que sem alterações e citada a fonte.
Material disponível em: crp03.org.br.

Direitos para esta edição – Conselho Regional de Psicologia da Bahia (CRP-03), com sede na Rua Professor Aristides Novis, nº 27, Federação, Salvador, Bahia. Subsedes em Feira de Santana, na Avenida Senhor dos Passos, 935, bairro Centro, Centro Comercial Carmac, sala 214, e em Vitória da Conquista, na Avenida Olívia Flores, bairro Candeias, Empresarial Olívia Flores, 286, 5º andar, sala 506. Escritório de Apoio em Itabuna, na Avenida Princesa Isabel, bairro São Caetano, Ed. Trade Center, 1º andar, sala 114.

(71) 3019-9208

E-mail: comunicacao@crpba.org.br

Site: crp03.org.br

Salvador-BA, 2024

3ª edição

**CONSELHO REGIONAL DE
PSICOLOGIA DA BAHIA (CRP-03)
XVII Plenário
Gestão 2022-2025**

Diretoria

Catiana Nogueira dos Santos (CRP-03/10974)
Ailena Julie Silva Conceição (CRP-03/15296)
Gloria Maria Machado Pimentel (CRP-03/8457)
Priscila Barbosa Lins (CRP-03/10412)

Demais conselheiras/os

Ana Caroline Moura Cabral (CRP-03/5541)
Matheus de Souza Santana (CRP-03/18293)
Washington Luan Gonçalves de Oliveira (CRP-03/18055)
Aderilson Anunciação de Oliveira (CRP-03/18594)
Cintia Palma Bahia (CRP-03/5387)
Dora Teixeira Diamantino (CRP-03/5140)
Leísa Mendes de Sousa (CRP-03/3977)
Wellington Quaresma Lôbo (CRP-03/14827)
Angela Maria Sousa de Jesus (CRP-03/14940)
Aline Paim Ramos (CRP-03/5831)
Antônio Marcos Almeida Sampaio (CRP-03/15949)
Itaynara Rodrigues Silva (CRP-03/21010)
Fabrícia Pereira da Silva (CRP-03/17359)
Marcelo Tourinho de Garcia Soares (CRP-03/6731)
Romário Oliveira Lopes (CRP-03/12825)
Elias Fernandes Mascarenhas Pereira (CRP-03/14821)
Clausivanhe Mano Silva (CRP-03/11486)
Juliana dos Anjos Pires Santos (CRP-03/13657)
Larissa Fonseca de Souza (CRP-03/21168)
Ana Paula Matos Carregosa (CRP-03/14280)
Bianca da Cruz Oliveira (CRP-03/13829)
Ariane Senna (CRP-03/14529)
Ronildo da Cruz Bomfim (CRP-03/20176)

**Conselheiras/os da Comissão de
Psicologia e Comunicação (COMPC)**

Ana Paula Matos Carregosa (CRP-03/14280)
Glória Maria Machado Pimentel (CRP-03/8457)
Larissa Fonseca de Souza (CRP-03/21168)
Matheus de Souza Santana (CRP-03/18293)

Organização e elaboração do documento

Gabriela Maria Bastos Ferreira
Lívia Cavalcante Santana Santos

Projeto gráfico e diagramação

José Lucas Costa Oliveira

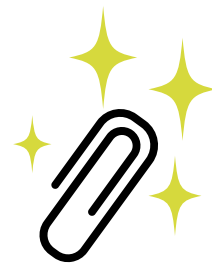
Ajustes

Filipe Teixeira de Jesus Lopes

Revisão

Glória Maria Machado Pimentel (CRP-03/8457)

SUMÁRIO



1. APRESENTAÇÃO	9
2. O CRP-03	12
3. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	14
4. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	16
5. ÉTICA NA INFORMAÇÃO	18
6. O QUE DIVULGAR	20
7. CANAIS DE COMUNICAÇÃO	23
8. DIVULGAÇÃO DE EVENTOS E REPASSE DE INFORMAÇÕES.....	30
FLUXO DE SOLICITAÇÃO PARA EVENTOS	31
9. PRODUÇÃO DE PEÇAS GRÁFICAS	40
10. PRAZOS	43
11. ASSESSORIA DE IMPRENSA	45
12. AGENDAMENTO DE ESPAÇOS PARA REUNIÕES	48
13. PRINCIPAIS CONTATOS	50
REFERÊNCIAS	51



LISTA DE ABREVIATURAS, EXPRESSÕES E SIGLAS

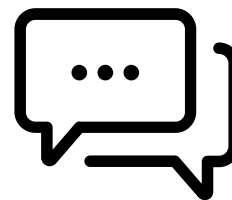
ASCOM	Assessoria de Comunicação
Card	Imagem utilizada para publicações em redes sociais
CFP	Conselho Federal de Psicologia
COMPC	Comissão de Psicologia e Comunicação
CGs	Comissões Gestoras
CR	Conselho Regional
CRP-03	Conselho Regional de Psicologia da Bahia
GT	Grupo de Trabalho
GTs	Grupos de Trabalho
GTI	Grupo de Trabalho de Interiorização
GTIs	Grupos de Trabalho de Interiorização
Plenário	Palavra utilizada para se referir ao conjunto de conselheiras/os da gestão
Release	Material informativo, destinado à imprensa, com informações sobre eventos, serviços ou acontecimentos importantes.
Sistema Conselhos de Psicologia	Expressão utilizada para se referir ao Conselho Federal de Psicologia e demais Conselhos Regionais de Psicologia

1

APRESENTAÇÃO



1. APRESENTAÇÃO



“É o CRP-03 rumo a uma comunicação ainda mais efetiva, dinâmica e coesa.”

Se comunicar de forma efetiva com a categoria e sociedade, além de estruturar e definir fluxos relacionados à comunicação interna têm sido alguns dos compromissos assumidos pelo Conselho Regional de Psicologia da Bahia (CRP-03). Muitas são as pessoas envolvidas nesta tarefa e para instituir uma comunicação eficaz, qualificada, alinhada à missão da autarquia e aos princípios da Administração Pública, se faz necessário estabelecer diretrizes, sobretudo em relação ao uso dos canais de comunicação institucionais.

A partir deste cenário, o Conselho publicou o seu primeiro documento norteador para as suas ações de comunicação no ano de 2016, sendo reformulado em 2020. Já em 2024, com o objetivo de dar continuidade ao suporte dessas ações, o regional apresenta a terceira edição do **Manual de Comunicação Institucional do CRP-03**, com orientações sobre o papel da Assessoria de Comunicação (ASCOM), informações sobre a realização de eventos, padrões de design, de redação para produção de conteúdo, divulgação de notícias, entre outros assuntos, preservando a imagem institucional de infrações éticas e fraudes.

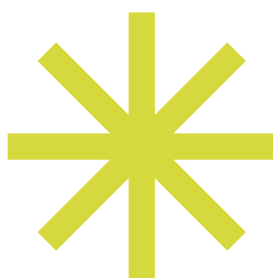
Com isso, a publicação cumpre com o propósito de dar transparência aos processos comunicacionais da instituição, além atender ao princípio da interiorização, buscando promover uma articulação adequada entre a sede e o interior do estado, respeitando as características e especificidades das diversas localidades, levando em conta as representações nas sete regiões do estado. O guia também pretende ser um apoio na construção de uma comunicação antirracista, anticapacitista, anti-LGBTQIA+fóbica, feminista e pautada nos direitos humanos, entendendo que é dever do Conselho se apropriar de uma identidade inclusiva, que represente a coletividade, não utilizando imagens, termos, expressões e outras ferramentas que reforcem estereótipos sobre pautas identitárias.

Atenta a essas questões, a Comissão de Psicologia e Comunicação (COMPC) vem se empenhando em investir, cada vez mais, na reestruturação dos seus meios comunicacionais e do fazer técnico-político da Comissão, tomando o trabalho de reestruturação e a elaboração de uma política de comunicação como fenômenos contínuos, flexíveis e que envolvem atualização das suas estratégias e instrumentos. A COMPC é composta por conselheiras/os, psicólogas/os convidadas/os da gestão e funcionárias/os do CRP-03. As/os últimas/os integram o setor da Assessoria de Comunicação (ASCOM), formada por profissionais que possuem subsídio técnico no campo da Comunicação Social. Cabe à Comissão, acompanhar todo este processo de forma crítica, em consonância com os preceitos da gestão e deliberações do Congresso Regional da Psicologia (COREP-BA) e do Congresso Nacional da Psicologia (CNP).

Organizado pela COMPC, o presente Manual é leitura fundamental para o conhecimento e desenvolvimento de demandas relacionadas à comunicação. Neste sentido, a Comissão conta com a colaboração de todas/os para o melhor andamento das atividades.

Salvador, 23 de julho de 2024

Comissão de Psicologia e Comunicação (COMPC)
Conselho Regional de Psicologia da Bahia (CRP-03)



2

O CRP-03



2. O CRP-03

O Conselho Regional de Psicologia da Bahia (CRP-03) é uma entidade dotada de personalidade jurídica de direito público, com autonomia administrativa e financeira, nos termos da Lei Nº 5.766/1971¹, de 20 de dezembro de 1971. De acordo com o seu Regimento Interno, publicado em março de 2018, a autarquia tem como finalidade fiscalizar o exercício da profissão de psicóloga/o, competindo-lhe orientar, disciplinar e zelar pela fiel observância dos princípios ético-profissionais, contribuindo para o desenvolvimento da Psicologia enquanto ciência e profissão.

É finalidade do CRP-03 o compromisso com a justiça social e com o fortalecimento do papel político, ético e social da Psicologia como ciência e profissão, comprometendo-a com os Direitos Humanos, com a construção de políticas públicas e com o controle social, orientando, fiscalizando, disciplinando e referenciando o exercício profissional, na perspectiva de uma sociedade equânime, plural e democrática.

O regional faz parte do Sistema Conselhos de Psicologia, instância mediadora entre o exercício profissional e a sociedade, com o objetivo de garantir a qualidade dos serviços prestados pela categoria. As suas atividades são garantidas pelo trabalho de funcionárias/os e conselheiras/os eleitas/os, em número proporcional ao de psicólogas/os inscritas/os no Conselho, para mandatos de três anos. A chapa eleita é responsável pelas decisões políticas voltadas para a efetivação do Plano de Trabalho da gestão.

O CRP-03 possui sede em Salvador, Subsedes em Feira de Santana, Vitória da Conquista e um escritório de apoio em Itabuna.

¹ A Lei Nº 5.766/1971 foi sancionada em 20 de dezembro de 1971. O documento dispõe sobre a criação do Conselho Federal de Psicologia e os outros Conselhos Regionais de Psicologia e dá outras providências.

3

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO





3. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Diretamente ligada à Diretoria, a ASCOM é o setor responsável pelo planejamento e execução da política de comunicação do CRP-03, além de zelar pela imagem institucional e credibilidade da autarquia.

Entre as principais atribuições estão:

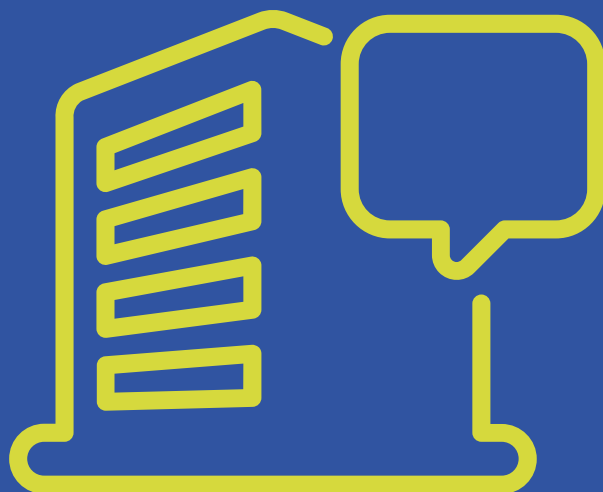
- Gerenciar canais de comunicação, a exemplo do site e redes sociais;
- Produção de conteúdo jornalístico e informativo;
- Divulgação das ações do Conselho;
- Criação e desenvolvimento de peças gráficas e digitais;
- Assessorar a Gestão do CRP-03;
- Atender solicitações dos veículos de imprensa;
- Contribuir para a implantação de estratégias de comunicação.

3.1 ÁREAS QUE COMPÕEM O SETOR

- **Design Gráfico:** área responsável pela criação de peças gráficas, digitais, projetos para publicações, desenvolvimento de layouts, sinalizações e papelaria institucional;
- **Jornalismo:** área responsável pela produção de texto, gerenciamento dos canais institucionais, cobertura de eventos promovidos pela autarquia e contato com a imprensa;
- **Eventos:** área responsável por organizar os eventos realizados pelo CRP-03.

4

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL





4. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A comunicação institucional é definida por um conjunto de ações que pretendem fortalecer a identidade de uma instituição, através das interações com seus públicos, sejam eles internos ou externos. De acordo com Marcélia Lupetti, autora do livro *Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica*, a comunicação institucional tem a finalidade “de conquistar a confiança dos públicos de seu interesse, divulgando a filosofia, missão, valores e princípios da organização, expressos em suas políticas e práticas”. No caso do CRP-03, o público interno diz respeito às/aos funcionárias/os, prestadoras/es de serviço, conselheiras/os, psicólogas/os convidadas/os da gestão, membros de Grupos ou Comissões. Já o público externo inclui a categoria de psicólogas/os (principal), estudantes de Psicologia, instituições, organizações, imprensa e sociedade em geral.

No que diz respeito ao papel do Conselho enquanto autarquia federal, é dever do regional realizar uma comunicação confiável, baseada na honestidade e nos princípios da administração pública, instituídos na Constituição: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. É direito da categoria e sociedade ter acesso às informações relacionadas ao CRP-03.

5

ÉTICA NA INFORMAÇÃO





5. ÉTICA NA INFORMAÇÃO

As notícias publicadas pelo Conselho devem ser verdadeiras e objetivas. Ao divulgar as informações, deve-se levar em conta:

- Veracidade dos fatos;
- Prudência;
- Honestidade;
- Respeitabilidade;
- Objetividade;
- Transparência;
- Integridade;
- Interesse público;
- Atenção ao uso de palavras e imagens;
- Impessoalidade.

No caso do princípio da impessoalidade, é importante lembrar o que dispõe o artigo 37, da Constituição Federal:

§ 1º – 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.

6

O QUE DIVULGAR





6. O QUE DIVULGAR

É fundamental que conselheiras/os, psicóloga/os convidadas/os, coordenadoras/es e membros de Comissões, GTs, GTIs, e CGs tenham conhecimento que toda ação de comunicação possui o objetivo maior de cumprir a missão do CRP-03 descrita abaixo:

“Fortalecer o papel político, ético e social da Psicologia como ciência e profissão, comprometendo-a com os direitos humanos, a construção de políticas públicas e o controle social, orientando, fiscalizando, disciplinando e referenciando o exercício profissional, na perspectiva de uma sociedade equânime, plural e democrática”.

Em referência à produção de matérias jornalísticas, divulgação de eventos, postagens nas redes sociais e outras ações de comunicação, é indicado que as/os jornalistas tenham como base, os seguintes critérios:

- Alinhamento ético-político (das entidades e suas mensagens) com as diretrizes do CRP-03;
- Informações de interesse da categoria de psicólogas/os;
- Notícias de áreas afins à profissão;
- Não apresentar interesses pessoais e de autopromoção.

6.1 DIVULGAÇÃO DAS PAUTAS

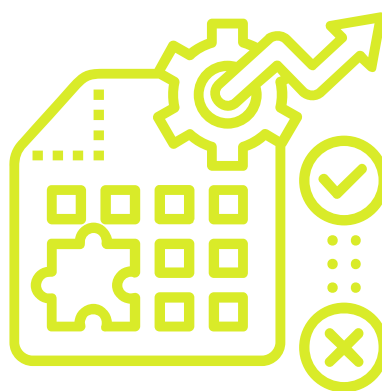
Cabe às/aos jornalistas definirem quais informações enviadas para a ASCOM serão divulgadas e como serão publicadas. Conforme o Artigo 6º, inciso II, do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, é dever da/o jornalista “divulgar os fatos e as informações de interesse público”.

O conjunto dos dados enviados à ASCOM podem ser transformados em pautas, e posteriormente, em notícias. A pauta, segundo o Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo, é “...tanto o conjunto de assuntos que uma editoria está cobrindo para determinada edição do jornal como a série de indicações transmitidas ao repórter, não apenas para situá-lo sobre algum tema, mas, principalmente, para orientá-lo sobre os ângulos a explorar na notícia. A pauta constitui um roteiro mínimo fornecido ao repórter.

A pauta não deve ser só uma agenda. Precisa se preocupar em levantar enfoques diferenciados sobre os temas, buscar ângulos novos de abordagem, mostrar agilidade na identificação de novas tendências”.

Para a sugestão de uma pauta, a/o solicitante deve encaminhar algumas informações básicas:

- O que eu quero informar?
- Quem está envolvida/o?
- Quando aconteceu ou vai acontecer?
- Onde?
- Como foi/será realizado?
- Qual o motivo?



7

CANAIS DE COMUNICAÇÃO



	<p>Subsede Sertão/Recôncavo</p> <p>https://www.google.com/search?q=-Conselho+Regional+de+Psicologia+da+-Bahia+-+Subsede+Sert%C3%A3o/Rec%C3%B4ncavo&stick=H-4sIAAAAAAAAA_-NgUllxqDA3NDE2T0kzNkoy-MEHNSrlyqDBKMjMxSzS2NEXLNLE0TUIZx-OrqnJ9XnJqTka8QlJqemZ-XmKOQkqoQU-JyZnJ-Tn56ZqJCSqOCUmAFk6CoElyYVp-wJlgIOLsg4vztcPSk0-vCUvObEsHwCaLx-3FcAAAA&hl=pt-BR&mat=CeK-tpRI-0aXzElcB7PxHsTF8o-f-6VvWP72BM0Y-gg-GYCCmZyqClXpf6qHyHRkIUhclmesG0x-DgkzUbP9LKWk4eiqGxzc3aVpfDXQ2JResGX-pRJNa9ZI-FH7BegaoxFZogE&authuser=0</p> <p>Subsede Sudoeste</p> <p>https://www.google.com/search?q=-Conselho+Regional+de+Psicologia+da+-Bahia+-+Subsede+Sudoeste&stick=H-4sIAAAAAAAAA_-NgUllxqDA3MTNOMjkIM-DEzNUMySLlyqEgzs0xONUxLtEhNMjczNUT-dxGrtnJ9XnJqTka8QlJqemZ-XmKO-QkqoQUJyZnJ-Tn56ZqJCSqOCUmAFk-6CoElyYVpwJlg0tT8IOLSIIBpAMT-3mYAAAA&hl=pt-BR&mat=CfuB0tKQFS-D7ElcB7PxHsS5IREa7PrI82jtv0TI-_YWLG-puIX4hTuWygPu_75HKsCaOx7Q6Gi-dH8y_sg2uUx5sgq85fcR-4qgu_wFZ0Fbfc-4NoKrcZrGsqKZMPNek5Tywc&authuser=0</p>
Facebook	https://www.facebook.com/crpbahia
Instagram	https://www.instagram.com/crpbahia/
LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/crpbahia/
Twitter	https://twitter.com/crpbahia
Youtube	https://www.youtube.com/@crpbahiavideos

7.1 SITE

O site do CRP-03 possui diversas informações sobre a autarquia, Sistema Conselhos, e outras notícias de interesse da categoria. O conteúdo é inserido pela ASCOM e a estrutura do portal, assim como a manutenção, é de responsabilidade de uma empresa licitada.

Solicitações relacionadas ao site devem ser encaminhadas para a ASCOM, através dos e-mails: comunicacao@crpba.org.br e jornalista@crp03.org.br. Alterações na estrutura do portal serão avaliadas pela Comissão de Comunicação e caso sejam aprovadas, as mudanças serão realizadas pela empresa gerenciadora .

7.2 BOLETIM ELETRÔNICO E E-MAIL MARKETING

O Boletim Eletrônico é produzido às quintas-feiras, com notícias relacionadas ao CRP-03 e Sistema Conselhos, no que diz respeito principalmente ao que ainda vai acontecer, como por exemplo, eventos, reuniões, informes sobre funcionamento, etc. Após o fechamento da edição, o informativo é encaminhado para a aprovação da COMPC e posteriormente, direcionado para todos os e-mails cadastrados no sistema do regional. A inserção de informações no boletim pode ser solicitada para o setor até terça-feira. Passado o prazo, a notícia só poderá ser publicada na edição da semana seguinte.

Já o E-mail Marketing consiste em uma ação de comunicação pontual, cujo propósito é informar a categoria, com brevidade ou urgência, assuntos relacionados sobre funcionamento, eventos, etc. Pode ser produzido em qualquer dia da semana, respeitando as demandas do setor e outros prazos de envio, de acordo com o que consta no item 9, “Prazos”.

Para o recebimento destes informativos, as/os interessadas/os devem acessar o site do CRP-03 e preencher os dados na sessão “Assine a nossa news”.

7.3 REVISTA DO CRP-03

A pauta da revista é construída pela Comissão Editorial, COMPC e psicólogas/os convidadas/os da gestão, de acordo com o grau de importância de informação e demanda levantada pela categoria. O projeto tem a validação do Plenário. A periodicidade da publicação é de duas edições por ano, sem definição de um mês específico, por conta de variáveis como produção, impressão e distribuição. A revista fica disponível on-line para download no site, através do link: <https://www.crp03.org.br/midia/revistas/>.

7.4 E-MAIL INSTITUCIONAL

O e-mail institucional deve ser usado por todas/os. As informações divulgadas pelo CRP-03 são realizadas através deste e-mail, que é um dos instrumentos oficiais de comunicação do regional. As/Os conselheiras/os, os setores, GTs e Comissões possuem e-mails próprios. Para ter acesso a uma conta já existente, a/o integrante poderá solicitar login e senha ao setor de Informática e T.I. A criação de e-mails também é feita pelo setor de Informática.

A lista completa com os endereços eletrônicos da autarquia pode ser solicitada ao setor de Informática.

7.5 PUBLICAÇÕES

Outra atividade da ASCOM é o acompanhamento da produção de publicações como cartilhas, livros e outros materiais do regional, no que diz respeito à diagramação do conteúdo previamente aprovado em Plenária ou Diretoria. Cabe à comissão organizadora da publicação estar responsável pela pauta, redação, edição, revisão ético-político, briefing (detalhamento) para diagramação e acompanhamento da produção gráfica. A Comissão Editorial também participa do processo.

Entenda o fluxo abaixo:

A/o responsável pela publicação envia o material para a Diretoria > após o retorno com a aprovação, a/o responsável encaminha o conteúdo para a Comissão Editorial > após o recebimento, a Comissão Editorial pode sinalizar ajustes para a/o proponente > Após o documento finalizado, deve-se encaminhar o arquivo para a Diretoria. Depois desse processo, o material segue para o setor de comunicação para a diagramação.

7.6 MURAIIS

Os murais da autarquia seguem os critérios de divulgação do item 6. O mural interno da sede é alimentado pelo setor do RH, com informações importantes para as/os servidores e público interno. Já o mural externo da sede possui informações voltadas para a categoria sobre o CRP-03, Sistema Conselhos de Psicologia e entidades parceiras, após deliberação da Diretoria.

Não serão possíveis as divulgações de aluguel ou venda de salas, assim como nenhuma informação que vise fins lucrativos, com exceção daquelas realizadas por empresas com as quais o CRP-03 tenha convênio firmado.

7.7 MALA DIRETA POR CORRESPONDÊNCIA



Para a divulgação através de mala direta por correspondência, a/o solicitante deverá encaminhar o pedido para o Gabinete da Diretoria. Uma taxa será cobrada por cada etiqueta e o processo da etiquetagem é realizado na autarquia.





É importante ressaltar que o Conselho não fornece dados de profissionais.

7.8 REDES SOCIAIS

A presença do Conselho nas redes sociais tem como principal objetivo realizar divulgações pertinentes acerca da autarquia, assim como utilizar estratégias segmentadas de mobilização e engajamento para ampliar a comunicação do CRP-03 com a categoria, e com a sociedade de um modo geral. Vale destacar que, por questões de segurança com os dados das/os profissionais, as redes do Conselho não se configuram enquanto canais de atendimento.

Cada rede social possui um propósito para o regional:

REDE	PROPÓSITO
 Facebook	Gerar tráfego para o site do Conselho, transmitir atividades ao vivo, disponibilizar álbum para fotos, divulgar ações e campanhas do CRP-03, Sistema Conselhos de Psicologia e outras notícias que sejam de interesse da categoria.
 Google Meu Negócio	Facilitar que o regional seja encontrado na pesquisa do Google e Google Maps, disponibilizar de forma rápida informações como: horário de funcionamento, fotos, telefones para contato, site, entre outros dados. Responder às perguntas e avaliações enviadas pelas/os usuárias/os.

 Instagram	<p>Divulgar de forma estratégica as notícias de maior relevância para o CRP-03, por meio do compartilhamento de imagens e vídeos, além de cobertura multimídia por meio de lives.</p>
 X(Twitter)	<p>Publicar informações em tempo real sobre assuntos do momento no que diz respeito ao Sistema Conselhos de Psicologia, com uma comunicação curta, direta e objetiva.</p>
 Linked in	<p>Realizar publicações sobre eventos promovidos pela autarquia e outras informações voltadas para a atuação profissional.</p>
 Youtube	<p>Ampliar os canais de cobertura multimídia, realizar transmissões on-line de eventos, reunir vídeos de atividades e outros conteúdos como entrevistas, depoimentos, etc.</p>



Atenção! É vedada a criação de páginas específicas de GT's, GTIs e Comissões, ou de eventos.

8

DIVULGAÇÃO DE EVENTOS E REPASSE DE INFORMAÇÕES



8. DIVULGAÇÃO DE EVENTOS E REPASSE DE INFORMAÇÕES



Para que os eventos sejam divulgados amplamente, a ASCOM criou um fluxo de processos para a garantia da publicidade de informações. As atividades foram divididas em eventos que serão realizados e que já aconteceram.

A realização de eventos devem seguir as determinações da **Cartilha de Orientações para Eventos e deste Manual**.

8.1 DIVULGAÇÃO DE EVENTOS QUE SERÃO REALIZADOS

8.1.1 Eventos organizados pelo CRP-03

A organização de eventos promovidos por GT's, GTÍ's e Comissões devem seguir o seguinte fluxo, de acordo com a **Cartilha de Orientações para Eventos**:

Solicitação do formulário para o setor de Eventos > após o recebimento, a/o solicitante deve preencher o formulário > após o preenchimento e envio do documento, o setor de Eventos realizará a conferência das informações > após validação das informações, o projeto segue para a Diretoria > após aprovação da Diretoria, o projeto seguirá para os setores envolvidos darem encaminhamentos às ações.

- A ASCOM não recebe projetos diretamente da/o solicitante;
- Para uma boa divulgação, é fundamental que o setor receba as informações com, no mínimo, três semanas de antecedência, ou seja, após a aprovação da Diretoria, recomendamos este prazo para que o material de divulgação possa ser construído e disparado amplamente em todos os meios de comunicação do CRP-03;
- Solicitações de certificados de participação, transmissão de evento, intérprete de LIBRAS, entre outras, devem ser feitas no formulário. As informações completas sobre a realização de eventos podem ser acessadas na **Cartilha de Orientações para Eventos**.

FLUXO DE SOLICITAÇÃO PARA EVENTOS



1

Solicitação:

Se você deseja nos enviar a sua proposta de evento, acesse o nosso site: www.crp03.org.br, vá até a aba **Documento Institucionais**, clique em “**Formulário de Eventos**” e preencha com todas as informações necessárias.

1ª Fase

2

Avaliação Técnica:

Após o envio das informações, o setor de eventos irá avaliar todos os dados e, principalmente, se o dia solicitado estará disponível na nossa agenda. Caso haja necessidades, o setor entrará em contato para adequações.

1ª Fase

3

Avaliação de Diretoria:

Depois de toda a verificação técnica do setor de eventos, o projeto será encaminhado para a avaliação junto à diretoria.

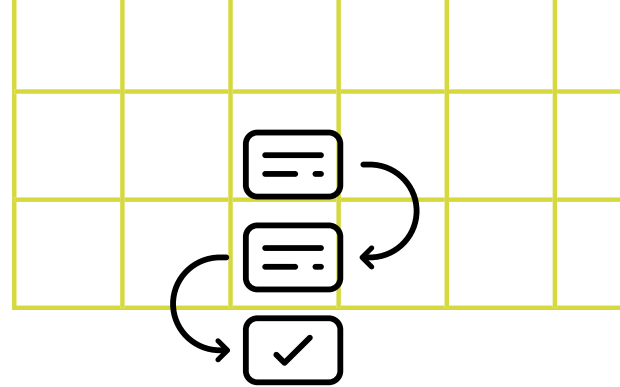
1ª Fase

4

Aprovação:

Se projeto estiver dentro dos requisitos para aprovação, você receberá um retorno do setor de eventos e caso seja necessário, novos alinhamentos serão realizados.

2ª Fase



5

Elaboração do Material de Divulgação:

Seguindo o fluxo, a comunicação irá confeccionar os textos e todos os layouts necessários (card, banner para site e mala direta). Após a aprovação dos mesmos, será realizada a divulgação, que deverá ocorrer no prazo de 10 dias úteis antes do evento.

2ª Fase

6

Organização do evento:

Em seguida, iremos disparar os materiais de divulgação e realizar os ajustes com a gerência em relação a elaboração do formulário de inscrição, lista de presença, reserva do espaço (quando necessário) e disponibilidade de outros recursos (mesa, cadeira, projetor, entre outros).

2ª Fase

7

Pós-evento:

Após a realização do evento, você deverá nos enviar em até 30 dias úteis um relatório de avaliações e resultados. Os certificados serão enviados dentro de 30 dias após a verificação da lista de presença. Nesse contexto, os palestrantes também devem se cadastrar no Doity para receber os certificados.

2ª Fase



8.1.2 Reuniões organizadas pelo CRP-03

A ASCOM divulgará todas às sextas-feiras, a agenda com as reuniões da semana subsequente. Comissões, GT's e GTIs devem enviar as informações até a quarta-feira, 17h. O setor não produz imagens individuais para as reuniões e sim um card padrão para todas elas, visando otimizar as produções gráficas.

Além da divulgação nas redes sociais, a reunião também é inserida no site, no espaço "Eventos", disponível na Home. Caso as/os solicitantes possuam a agenda semestral de reuniões, é indicado o envio do calendário para que a divulgação aconteça em tempo hábil.

Fluxo:

Solicitante envia e-mail para a ASCOM e Designer > aguarda o envio da arte de divulgação > recebe a peça e devolve com a aprovação ou sugestão de ajustes > após aprovação da arte pela/o solicitante, a ASCOM segue com a divulgação.

8.1.3 Eventos com apoio do CRP-03, participação de representantes da autarquia e outros eventos

Para estas atividades, a/o solicitante deve encaminhar o material da divulgação para o Gabinete da Diretoria. Caso seja aprovado, o material segue do Gabinete para a ASCOM.

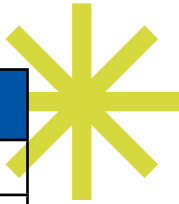
A fim de orientar as publicações nos veículos de comunicação do CRP-03, a COMPC listou alguns critérios para que essas divulgações possam ser feitas. Serão divulgados:

- Publicações que possuam alinhamento ético-político com as orientações e diretrizes da atual gestão do CRP-03;
- Eventos e atividades da prática da Psicologia como ciência e profissão e de movimentos sociais parceiros do CRP-03;
- Os demais casos serão avaliados pela Diretoria.

8.2 DIVULGAÇÃO DE EVENTOS QUE JÁ ACONTECERAM

Para que o trabalho da ASCOM possa ter êxito, é fundamental que representantes do CRP-03 façam o repasse das informações para a Assessoria, na ocasião de participação em atividades diversas pela autarquia e quando há um evento do CRP-03 em que a ASCOM não esteve presente para fazer a cobertura jornalística (como acontece no interior do estado), a indicação é que as informações sejam enviadas ao setor, em no máximo, 48 horas. Notícias ocorridas há muito tempo passam a ser consideradas velhas e frias, perdendo impacto e parte de sua visibilidade e importância. É a partir do repasse de informações para a Assessoria de Comunicação e, conseqüentemente, da ampla divulgação dos trabalhos realizados, que poderemos pautar os posicionamentos políticos do CRP-03 e as orientações relativas à profissão da/ psicóloga/o.

Para a divulgação de ações/palestras/atividades que contaram com participação/presença de representante(s) do CRP-03, é necessário enviar as seguintes informações:



Nome do evento/ação/atividade/palestra
Onde (cidade e local) aconteceu
Quando (dia, mês e ano)
Quem realizou/participou
Finalidade (para quê)
Qual é a importância para o CRP-03
Citação direta (aspas) da/o participante – OPCIONAL

Importante:

Orienta-se que sejam enviados o telefone de uma fonte ou link de alguma notícia já publicada em outro veículo que possa oferecer, caso necessário, mais dados sobre o assunto em questão.

8.2.1 Envio de fotos e vídeos

O envio de imagens para complementar a notícia é imprescindível. A fotografia é informativa e dá mais credibilidade às informações. Confira algumas orientações para garantir o caráter noticioso do texto através das imagens:

- Priorizar fotos da/o representante do CRP-03 palestrando;
- Selfies ou fotos mais casuais não serão publicadas;
- Imagens em reuniões, com as/os participantes debatendo são mais adequadas do que imagens posadas;
- O CRP-03 não publica imagens de menores de 18 anos sem autorização das/os suas/seus representantes legais.

Nem todas as localidades possuem câmeras fotográficas disponíveis, no entanto, é possível captar as imagens através de smartphones. Seguem algumas dicas para uma boa fotografia:

- Para a publicação no canais de comunicação do CRP-03, é indicado que a mesma fotografia seja feita tanto na horizontal, quanto na vertical;
- Busque fotografar em um local com boa iluminação;
- Foque no objeto desejado;
- Não coloque filtro ou manipule a imagem.

Caso seja possível, é sugerido o envio de vídeos com relato do evento ou uma fala sobre o tema. Seguem algumas orientações para a filmagem:

- Coloque o smartphone na posição horizontal;
- Não fique muito próximo da câmera para dar espaço para as legendas;
- Escolha um local silencioso ou com pouco barulho, que tenha uma boa iluminação;
- Evite frases muito longas;
- Utilize uma linguagem formal, entretanto com expressões de fácil entendimento;
- É recomendado que o vídeo tenha até 1 minuto de duração.

8.3 ORIENTAÇÕES SOBRE PADRÃO DE REDAÇÃO

Abaixo orientamos sobre a padronização de algumas palavras ou expressões chave nos materiais de comunicação do Conselho. O objetivo é criar uma identidade também na escrita. Isso vale para publicações, relatórios e outros documentos.

Quando mencionado o nome do Conselho, a orientação é usar como padrão: **Conselho Regional de Psicologia da Bahia (CRP-03)**. A sigla deve apresentar o hífen entre as letras e os números. Caso seja mencionada novamente, a sigla pode ficar sem os parênteses.

Para ênfase, é recomendado a escrita da palavra **Psicologia** com o **P** em caixa alta (maiúsculo).

Ao se referir a uma/um profissional como psicóloga/o, é obrigatório que conste o nome completo da profissional e número de registro (CRP), sempre entre parênteses, seguindo o exemplo empregado na frase: “O evento conta com a participação da psicóloga Glória Maria Machado Pimentel (CRP-03/8457)”.

Por questões de gênero e apoio à luta contra o machismo que ainda impacta a sociedade, e está impresso na nossa gramática androcêntrica, é obrigatório que se coloque o gênero feminino em substantivos que possuem variação. Ex: “As/os psicólogas/os são conselheiras/os efetivas/os”. O sinal de barra é utilizado para fazer a distinção. A Nota Técnica 01/2009, que traz as reflexões sobre o sexismo na linguagem está disponível no site da autarquia através do link: https://www.crp03.org.br/wp-content/uploads/2015/08/Nota_tecnica_linguagem_genero_CRP-03.pdf

O Centro de Referências Técnicas em Psicologia e Políticas Públicas do CRP-03 (**CREPOP-03**) deve ser escrito com a sigla em caixa alta (letras maiúsculas).

Utiliza-se a expressão **Sistema Conselhos de Psicologia** para se referir ao Conselho Federal de Psicologia mais os outros regionais, localizados por todo o Brasil.

Expressões populares não devem ser utilizadas, a exemplo de “negócio da China”, “balde de água fria”. Também é orientado a não utilização de expressões da comunicação oral. Ex: “pra” (para), “teve” (esteve).

Para enfrentar o racismo, que impacta a sociedade, e está inserido na nossa gramática racista, é obrigatório a não utilização de expressões como “denegrir, esclarecer, esclarecimento, lista negra”, entre outras.

Além de expressões racistas, **é vedado o uso expressões machistas, capacitistas, LGBTfóbicas, etaristas, sexistas e outros termos que indiquem algum tipo de discriminação ou preconceito.**

O termo pessoa portadora de deficiência ou pessoa com necessidades especiais não é utilizado. A instituição faz uso do termo **pessoa com deficiência**. O CRP-03 também utiliza a palavra **cego** para a pessoa com perda total da visão ou pouquíssima capacidade de enxergar, **pessoas com baixa visão** para quem têm comprometimento do funcionamento visual dos olhos, ou **deficiência visual**. Em caso de deficiência auditiva, é utilizado **deficiência auditiva parcial** (quando há resíduo auditivo), e surdez (quando a deficiência auditiva é total). É recomendado o uso do termo **surdo** ou **pessoa surda**.

Segundo a [Portaria Nº 74, de 28 de junho de 2023](#) do CFP, fica estabelecido o uso da sigla **LGBTQIA+** para se referir às “pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais, queers, intersexos, assexuais e outras”, a ser adotada pelo Conselho Federal de Psicologia em seus documentos internos, comunicações e publicações à categoria profissional e à sociedade. A orientação segue também para todos os regionais.

Lembrando que os textos produzidos pela ASCOM são jornalísticos e não produções acadêmicas. Nesse sentido, orientamos para a não utilização de palavras difíceis. Ex: “Urge solucionar a questão”. A frase pode ser substituída por “É importante resolver o problema”. Ainda assim, orienta-se que essas palavras não sejam utilizadas em publicações do regional.

É imprescindível que os textos sejam entendidos por todas/os, independentemente das identidades, experiências e nível de escolaridade.

Em referências a livros, nomes de palestras, eventos etc, não serão

utilizadas “aspas” e sim os recursos do **negrito** e itálico: Acontece nesta sexta-feira o evento ***Seminário Psicologia e Educação: Contribuições para a garantia de direitos dos povos originários e quilombolas.***

A palavra online é uma expressão em inglês muito utilizada pelas/os brasileiras/os. No entanto, a forma correta de se escrever o termo em português é “**on-line**”, com hífen.

Para a fácil memorização e digitação é recomendado que os endereços eletrônicos utilizem o mínimo possível de caracteres. Ex: www.crp03.org.br (e não [http:// www.crp03.org.br/portal/](http://www.crp03.org.br/portal/)). Nas produções gráficas também será possível utilizar: **crp03.org.br**.

As/os membras/os da gestão devem ser mencionadas/os como conselheiras/os, com **c** minúsculo. As/os integrantes da Diretoria podem ser tratadas como: conselheira presidente ou conselheiro presidente, conselheira vice-presidenta ou conselheiro vice-presidente, conselheira tesoureira ou conselheiro tesoureiro, e conselheira secretária ou conselheiro secretário.

9

PRODUÇÃO DE PEÇAS GRÁFICAS





9. PRODUÇÃO DE PEÇAS GRÁFICAS

A solicitação de peças gráficas para eventos que irão acontecer também deve estar presente no formulário de eventos. Como o setor é bastante demandado nessas produções, é recomendado que a/o solicitante respeite o prazo de três semanas antes da atividade, para a criação de peças com qualidade e dentro da identidade da autarquia. Lembrando que a ASCOM é responsável por produzir as peças da autarquia, sendo proibida a confecção destes produtos por terceiros.

9.1 IDENTIDADE VISUAL

9.1.1 Imagens



As peças gráficas e materiais produzidos pelo CRP-03 para circulação nos mais variados meios, seja ele impresso ou digital, devem seguir as orientações de uma comunicação que respeita a diversidade e pluralidade da categoria e sociedade em geral. Neste sentido, a ASCOM ressalta que as produções devem conter imagens que tragam representatividade no que se refere à etnia, gênero, idade, identidade de gênero, pessoa com deficiência, raça, entre outras.

9.1.2 Cores



Também na linha de uma comunicação inclusiva, é imprescindível o uso de uma paleta de cores que promova um conteúdo acessível para as pessoas com baixa visão. A combinação de cores precisa oferecer um bom contraste, como por exemplo, preto e branco, amarelo e roxo, azul escuro e branco. É importante lembrar que pessoas com daltonismo possuem dificuldade de percepção com as cores vermelha e verde.

9.1.3 Fontes

Aa

Recomenda-se para uma melhor leitura que seja utilizado um tipo de fonte na peça, de preferência sem serifa, ou seja, que não possuem prolongamento e traços nas extremidades das letras, a exemplo das fontes Akzidenz Grotesk, Arial, Futura, Manrope, Moon, Helvetica, entre outras. O tamanho da fonte também não deve ser menor que 12. Nas peças digitais, também não deve

ser utilizada a fonte itálica.

9.1.4 Legendas e descrição da imagem



Os vídeos produzidos pela autarquia precisam ser legendados antes da publicação no site ou nas redes sociais. O Conselho também adota a prática de uso da hashtag de descrição das imagens postadas (#DescriçãoDaImagem).

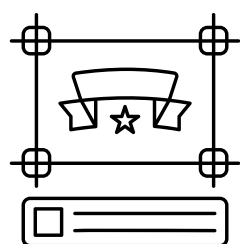
9.2 MARCA

A logomarca do CRP-03 é o símbolo que representa a autarquia graficamente. O desenho foi escolhido através de uma votação disponível para a categoria no ano de 2008. Todas as orientações quanto à aplicação da marca estão reunidas no Manual de Identidade CRP-03, atualizado em 2021.



Atenção! É proibido o uso do nome e da marca do CRP-03 sem autorização da instituição.

Conforme a Lei Nº 9.279/96, Artigo 189, comete crime contra registro de marca quem:

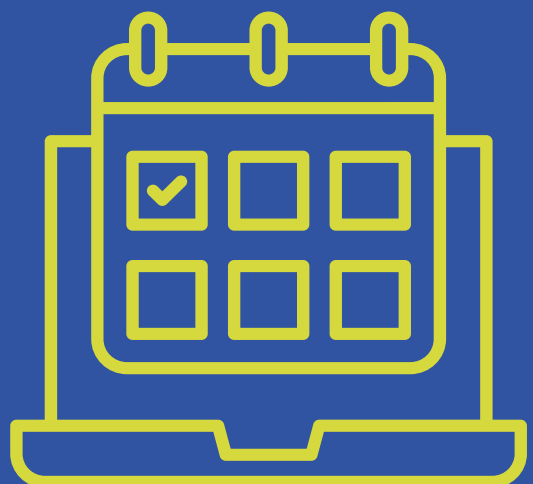


I - reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão; ou

II - altera marca registrada de outrem já aposta em produto colocado no mercado.

10

PRAZOS





10. PRAZOS

Prezando pelo bom andamento dos serviços e respeitando os fluxos de trabalho, a ASCOM precisa receber as solicitações em determinados prazos. A execução da demanda depende da sua complexidade e também do volume de atividades que estão sendo desenvolvidas pelo setor naquele período.

A produção de conteúdo, a criação de peças gráficas, envio de materiais, entre outras ações do setor devem ser feitas em tempo hábil, a fim de não interferir na qualidade das comunicações realizadas pelo Conselho. Confira o resumo dos principais serviços e dos prazos necessários para a organização:

SERVIÇO	PRAZO
Inclusão de conteúdo no site (serviço executado pela Comunicação)	3 dias úteis
Alteração no site (executado pela empresa gerenciadora)	3 dias úteis
Envio de e-mail marketing (executado pela empresa gerenciadora)	3 dias úteis
Diagramação de publicações	10 dias úteis (em caso de materiais mais extensos como livros, cartilhas e manuais, o prazo deve ser negociado com o setor)
Produção de material para eventos	15 dias úteis (neste caso, os prazos não contam com a impressão e distribuição dos materiais)
Revisão de publicações	7 dias úteis (em caso de materiais mais extensos como livros, cartilhas e manuais, o prazo deve ser negociado com o setor)
Produção de matérias e releases	3 dias úteis
Cobertura jornalística em eventos	5 dias úteis
Card para reunião de Comissões, GTs e GTI's (on-line)	2 dias úteis
Agendamento de espaço para reunião	5 dias úteis

11

ASSESSORIA DE IMPRENSA





11. ASSESSORIA DE IMPRENSA

O trabalho da Assessoria de Imprensa consiste em mediar o relacionamento entre a autarquia pública e a imprensa, estando atenta às oportunidades e as demandas emergentes. Segundo o Manual dos Jornalistas em Assessoria de Comunicação, publicado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), a/o assessora/r deve orientar a instituição sobre o que pode virar notícia, o que interessa aos veículos e o que tem a possibilidade de divulgação ou não, por parte da imprensa.

Cabe à Assessoria, atender às solicitações da imprensa, entre outros, na busca de indicações de fontes sugeridas pelo Plenário para concessão de entrevistas, participação em palestras e/ou trabalho.

São atividades/ações/produtos da Assessoria:

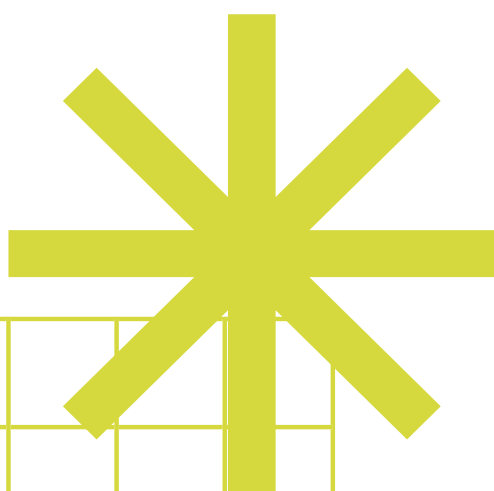
- **Proposta e sugestão de pauta para a imprensa;**
- **Elaboração e envio de press-releases e press-kit;**
- **Follow up (contato com a imprensa);**
- **Organizar coletiva de imprensa (quando necessário);**
- **Mídia Training (Treinamento de Mídia);**
- **Clipping (compilação de matérias publicadas relacionadas ao CRP-03);**
- **Elaboração e atualização de mailing-list de jornalistas;**
- **Acompanhamento de entrevistas (quando possível).**

Para a divulgação estratégica com a imprensa é imprescindível compreender o que é um valor-notícia. Segundo Mauro Wolf, é uma componente da noticiabilidade que constitui resposta à seguinte pergunta: **“quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em Notícia?”**.

Neste sentido, são critérios de noticiabilidade para o CRP-03:

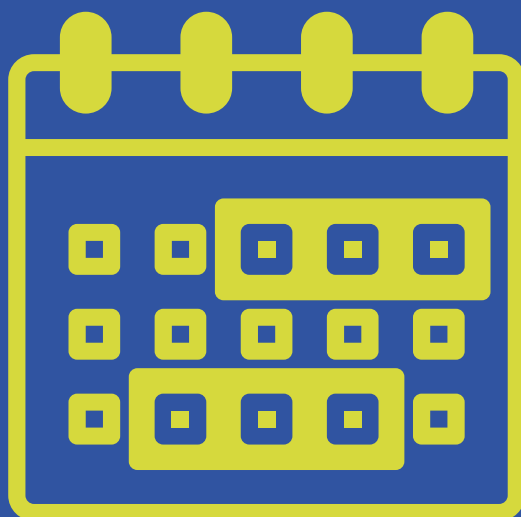
- **Impacto** – acontecimentos importantes para categoria de psicólogas/os;

- **Proeminência** – notícias sobre pessoas importantes.
- **Consequências** – fato que possa atingir o país;
- **Progresso** – melhorias na condição de vida;
- **Interesse humano** – fatos que descrevem histórias e dramas pessoais;
- **Importância** – acontecimentos de maior relevância do dia;
- **Utilidade** – notícias de utilidade pública e direito da/o cidadã/ão;
- **Oportunidade** – notícia pertinente dentro de um contexto específico;
- **Descobertas e invenções** – noticiário de ciências;
- **Repercussão** – fato que gerou ou irá gerar outras notícias, comentários e desdobramentos.

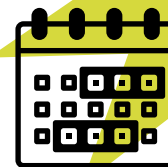


12

AGENDAMENTO DE ESPAÇOS PARA REUNIÕES



12. AGENDAMENTO DE ESPAÇOS PARA REUNIÕES



O agendamento de espaços para a realização de reuniões presenciais na sede do CRP-03, subsedes e escritório de apoio deve ser feito com antecedência. A/o solicitante deve encaminhar um e-mail para o Gabinete da Diretoria e para o setor de Eventos, com 5 dias úteis de antecedência e aguardar o retorno para confirmar a viabilidade da atividade.

Caso a reunião já esteja agendada e não possa acontecer por algum imprevisto, é obrigatório que a/o responsável entre em contato com o setor de Eventos para informar o não acontecimento da atividade. Caso o cancelamento não seja informado, as reuniões do grupo podem ficar suspensas por tempo indeterminado.

Obs: As reuniões são diferentes de eventos. No caso dos eventos, as marcações devem ser feitas por meio da submissão do projeto ao formulário específico, com prazo mínimo de 45 dias de antecedência.

13

PRINCIPAIS CONTATOS





13. PRINCIPAIS CONTATOS

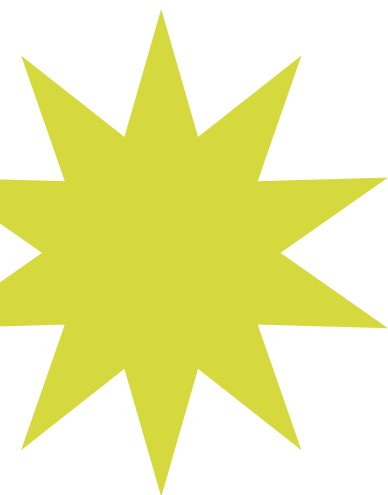
As comunicações com o setor devem ser feitas, preferencialmente, através dos e-mails institucionais, para que as mensagens fiquem registradas e arquivadas. Esta é a principal forma de comunicação institucional oficial. O setor também possui ramais de atendimento.

Abaixo estão os contatos de setores do CRP-03 citados neste Manual:

Setor	E-mail	Ramal
Assessoria de Comunicação (Falar com a/o assessora/r)	comunicacao@crpba.org.br	3217
Assessoria de Comunicação (Jornalista)	jornalista@crp03.org.br	3217
Eventos	eventos2@crp03.org.br	3226
Informática	informatica@crp03.org.br	3224
T.I	ti@crp03.org.br	3224
Gabinete da Diretoria	gabinetediretoria@crp03.org.br	3215



Como descrito no item 7.4, a lista de e-mails de todas as Comissões, GTs, GTIs, setores, entre outros contatos, pode ser solicitada ao setor de Informática.





REFERÊNCIAS

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988

Link: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.html

Cartilha de Orientações para Eventos

Link: <https://crp03.org.br/wp-content/uploads/2023/11/Cartilha-de-Orientacao-Eventos-CRP-03.pdf>

Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica

Autora: Marcélia Lupetti

Manual de Comunicação da SECOM

Link: <https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao>

Manual dos Jornalistas em Assessoria de Comunicação

Link: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/08/manual_de_assessoria_de_imprensa3.pdf

Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo

Link: <https://www.estadao.com.br/manualredacao/>

Noções De Administração dos Postos

Link: <https://www.gov.br/mre/pt-br/consulados-los-angeles/processos-seletivos/editais/MaterialdeEstudoAdministracaodospostos.pdf>

