

RESOLUÇÃO CFP Nº 011/2000
DE 20 DE DEZEMBRO DE 2000

**Disciplina a oferta de produtos
e serviços ao público.**

O CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA, no uso de suas atribuições legais e regimentais, que lhe são conferidas pela Lei nº 5.766, de 20 de dezembro de 1971 e;

CONSIDERANDO a necessidade de disciplinar a oferta de produtos e serviços ao público;

CONSIDERANDO o art. 13, parágrafo 1º, da Lei 4119, de 27 de agosto de 1962, que estabelece como função privativa do Psicólogo o uso de método e técnicas psicológicas;

CONSIDERANDO os Princípios Fundamentais do Código de Ética Profissional do Psicólogo, item I, que estabelece que o Psicólogo baseará o seu trabalho no respeito à dignidade e integridade do ser humano;

CONSIDERANDO o contido no art. 1º, alínea c, do Código de Ética Profissional do Psicólogo, que o Psicólogo deve prestar serviços psicológicos em condições de trabalho eficiente, de acordo com os princípios e técnicas reconhecidas pela ciência, pela prática e pela ética profissional;

CONSIDERANDO o art. 35, do Código de Ética Profissional do Psicólogo, segundo o qual o Psicólogo não divulgará, ensinará, cederá, dará, emprestará ou venderá a leigos instrumentos e técnicas psicológicas, que permitam ou facilitem o exercício ilegal da profissão;

CONSIDERANDO o art. 37, do Código de Ética Profissional do Psicólogo, segundo o qual o Psicólogo, ao promover publicamente seus serviços, informará com exatidão seu número de registro, suas habilitações e qualificações, limitando-se a estas;

CONSIDERANDO o art. 38, do Código de Ética Profissional do Psicólogo nas alíneas abaixo, que veda ao Psicólogo:

a) utilizar o preço do serviço como forma de propaganda;

- b) participar como Psicólogo de quaisquer atividades através dos meios de comunicação, em função unicamente de auto promoção;
- b) fazer previsão taxativa de resultado;
- c) propor atividades e recursos relativos a técnicas psicológicas que não estejam reconhecidos pela prática profissional;

CONSIDERANDO a Resolução CFP 010/97, que estabelece critérios para divulgação, publicidade e o exercício profissional do Psicólogo, associados a práticas que não estejam de acordo com os critérios científicos estabelecidos no Campo da Psicologia;

CONSIDERANDO o disposto no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, nos artigos a seguir identificados:

DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR:

Art. 6º, alínea I: a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos.

Art. 6º, alínea IV: a proteção contra publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

Art. 6º, alínea VI: a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

DA PUBLICIDADE:

Art. 36: A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Art. 37: É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

RESOLVE:

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.

§ 2º - Entende-se como serviços as atividades profissionais de Psicólogo prestadas a uma ou mais pessoas, organizações ou comunidades.

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

- I. Nome do produto
- II. Fornecedor
- III. Data da edição ou fabricação
- IV. Tipo (tomada de decisão, personalidade, etc.)
- V. Forma de apresentação
- VI. Quantidade de fases
- VII. Duração média de execução
- VIII. Forma de utilização (individual ou em grupo)
- IX. Fundamentação teórica
- X. Responsável(eis) técnico(s), com respectivo CRP

Parágrafo único - Os produtos informatizados deverão conter informações técnicas relativas a:

- I. Versão (1.1; 1,5; etc.)
- II. Meio magnético
- III. Linguagem de programação
- IV. Ambiente operacional
- V. Configuração mínima
- VI. Driver de áudio
- VII. Formato de imagem
- VIII. Quantidade de instalações
- IX. Quantidade de execuções
- X. Validade
- XI. Garantia da mídia magnética

Art. 3º - No rótulo de produtos de consumo restrito de psicólogos, deverá constar a indicação, de forma visível e facilmente identificável, de que o produto só pode ser adquirido por psicólogos mediante apresentação de sua carteira de identidade profissional e de que o descumprimento desta norma fere a legislação federal (Lei 4.119/62).

§ 1º- Os produtos psicológicos vinculados a métodos e técnicas privativas do psicólogo, somente poderão ser vendidos, comercializados ou cedidos a

psicólogo devidamente registrado em um Conselho Regional, ou a pessoa jurídica, em todo ou em parte através de Psicólogo responsável.

§ 2º - A utilização dos produtos e a divulgação de seus resultados são atividades privativas de psicólogos.

§ 3º - Os produtos de consumo restrito aos psicólogos e os de consumo amplo ficam obrigados a apresentar resultados compatíveis com os objetivos propostos pelos mesmos e a estarem em acordo com as premissas teórico – técnicas que os fundamentam.

Art. 4º - É de responsabilidade das editoras de testes psicológicos e da instituição que os comercializa o zelo pela qualidade do produto, bem como da venda exclusiva destes produtos conforme art. 3º, parágrafo 1º, desta resolução.

Art. 5º - Cabe aos Conselhos de Psicologia a fiscalização da comercialização dos serviços e produtos oferecidos por psicólogos.

Art. 6º - Esta resolução entrará em vigor na data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Brasília (DF), 20 de dezembro de 2000.

ANA MERCÊS BAHIA BOCK
Conselheira Presidente