

Un'Altra Psicologia è possibile? Sì... e nel Lazio ne abbiamo le prove!

di Sergio Stagnitta, Marta Giuliani e Paola Biondi

Sapete a cosa servono gli Ordini Regionali degli Psicologi per la legge Italiana? Praticamente a poco! Potrebbero limitarsi a semplici atti burocratici, come ad esempio gestire l'Albo degli iscritti e i relativi aggiornamenti e comunicarli al Ministero, gestire il patrimonio, adottare provvedimenti disciplinari verso gli stessi psicologi, svolgere attività dirette a impedire l'esercizio abusivo della professione e riscuotere la tassa annuale. Tutte queste funzioni potrebbe svolgerle un semplice ufficio dello Stato con personale generico e senza alcuna forma di elezione.

Ma c'è un aspetto che rende l'Ordine importante e secondo noi vale la sua esistenza, ovvero se riesce a promuoverne lo sviluppo e diffondere cultura psicologica nel territorio... Ovvero laddove ogni singolo psicologo non potrebbe arrivare, perché non ha i mezzi economici e la giusta visibilità per creare campagne di diffusione di cultura psicologica, arriva l'Ordine e fa sapere ai cittadini cosa sanno fare gli psicologi, quali sono i nostri ambiti di competenza, fa comprendere il valore dell'atto psicologico verso la salute e il benessere sociale, valorizza il pensiero psicologico, laddove per decenni siamo stati relegati nell'oscurità coperti dalla visione psichiatrica da una parte e da filosofi, sociologi, grandi pensatori di ogni genere dall'altra.

È grazie a questo mandato, a questa spinta, che i colleghi della Regione Lazio nel 2014 si sono finalmente alzati per andare a votare in massa e sostenere l'intero gruppo di Altra

Psicologia; **questi colleghi non volevano solo una gestione amministrativa dell'Ordine, dei semplici burocrati al potere, volevano persone capaci di pensare in grande, immaginare un'Altra Psicologia.** Ed è andata proprio così, infatti il 10 Febbraio 2014 si è insediato il primo Consiglio a maggioranza Altra Psicologia nell'Ordine degli Psicologi del Lazio. È stata veramente una rivoluzione perché fin dalla fondazione l'Ordine del Lazio era stato sempre gestito da un'unica Associazione di categoria, da un unico gruppo di potere.

Queste sono le prime dichiarazioni dell'allora neo presidente Nicola Piccinini: *“Non ci limiteremo a comunicare solo con i nostri 17mila iscritti, ma punteremo a rilanciare una comunicazione strategica anche con i cittadini, le società e le istituzioni- precisa- grazie ai diversi gruppi di lavoro che si occupano di differenti nicchie tematiche (come la scuola o l'area dell'invecchiamento). In ciascuna di queste attiveremo processi di ascolto e conversazione con i nostri interlocutori”.*

Tra meno di un anno scade il mandato e quindi si andrà a nuove elezioni, ed è giusto vedere e toccare con mano se queste promesse, questa rivoluzione, è stata avviata oppure si è assopita nella semplice gestione burocratica. Come disse il celebre William Edwards Deming *“Di Dio ci fidiamo...tutti gli altri ci devono portare dei dati”.*

Detto fatto...di seguito una breve infografica tratta dal documento di rendicontazione delle attività svolte dall'Ordine degli Psicologi del Lazio dal 2014 al 2018 consegnato al CNOP. Breve perché il file ufficiale consegnato al Consiglio Nazionale è lungo ben 20 pagine!

236 Video
99 Convenzioni
16 Pubblicazioni
21 Tavoli Tecnici
25.000 Utenti Social
23 Gruppi di Lavoro
27 Protocolli d'Intesa
311 Eventi Formativi
380 Apparizioni Mediatriche
309 Articoli di Approfondimento
159 Segnalazioni alla Commissione Tutela
5 Reti Professionali e 3 Gruppi di Progetto

**Ordine
Psicologi Lazio
2014-2018...
...un'altra psicologia
è possibile!**

Sportelli di consulenza deontologica e forense
Servizio di Consulenza Legale per Cittadini
Consulenza per Scuole di Psicoterapia
Sportelli di consulenza legale e fiscale
Portale «Lazio Garanzia Giovani»
Riorganizzazione del Personale
Servizio «Osservatorio Bandi»
Concorso Innovation Lab
Festival della Psicologia
Start-Up Professionale
Carta dei Servizi

**AltraPsicologia**
Informazione, tutela e promozione

[Qui il link](#) a tutto il documento: vi invitiamo a leggerlo perché troverete molte iniziative interessanti! Ad esempio: sapete che esistono centinaia di video nel sito dell'Ordine Psicologi Lazio con interviste, tutorial su tematiche di nostro interesse, registrazione di eventi?

Prima di concludere però dobbiamo svelarvi un segreto. Dietro ogni dato, dietro ogni iniziativa o gruppo di lavoro ci sono decine e decine di colleghi coinvolti, che hanno dedicato (e stanno dedicando) parte del loro tempo per portare a casa questi risultati. Dietro un file di rendicontazione di questo spessore c'è una macchina perfettamente funzionante che trova negli ideali di partecipazione, promozione, sviluppo e tutela della professione la sua motivazione.

Ci sono i consiglieri e l'esecutivo – che producono idee e creano opportunità; ci sono i colleghi incontrati nel corso degli anni, che hanno deciso di condividere parte del loro viaggio con questa consigliatura; e poi c'è il personale amministrativo dell'Ordine, che sostiene il funzionamento di tutti questi aspetti.

Che dire...riprendendo la dichiarazione di Nicola fatta nell'aprile del 2014 possiamo affermare che i risultati non solo si sono raggiunti, ma sono stati ampliamenti superati. E se tutto questo è stato possibile nei primi 4 anni di Altra Psicologi nell'Ordine degli Psicologi del Lazio – periodo in cui si è reso necessario anche un rodaggio iniziale e una riorganizzazione operativa del lavoro – quali altre meravigliose avventure ci attenderanno?

L'immagine sociale dello Psicologo vista attraverso Google

L'Ordine degli Psicologi dovrebbe progettare iniziative atte a **promuovere la figura dello psicologo nella società** e, contemporaneamente, sondare **cosa la società pensa della figura dello psicologo** con l'obiettivo di dare agli iscritti degli strumenti che permettano loro di conoscere il mercato legato alla psicologia, promuoversi e diffondere cultura psicologia a 360 gradi.

A tal fine gli strumenti di **Keyword Analysis** offerti da Google ed altri siti web potrebbe fornire un supporto di *intelligence* strategico. In questo breve articolo cercherò di fornire alcuni spunti operativi da poter mettere in opera, in particolare all'interno del gruppo di lavoro "[Ordine 2.0 – Ascoltare e Conversare](#)"

Premessa

Parto da due elementi di contesto che vorrei utilizzare per questo progetto: la teoria proposta da Renzo Carli sulle **parole dense** nel testo: *“L’analisi emozionale del testo”* ... e il **motore di ricerca Google**.

Il prof. **Renzo Carli** afferma che per analizzare un determinato contesto possiamo utilizzare, oltre che l’analisi dettagliata dell’organizzazione, semplicemente le parole che vengono utilizzate per descrivere una determinata situazione. L’ipotesi è che **le parole portano con sé tutta una serie di significati emozionali**, si caricano di senso polisemico dandoci molti elementi di comprensione.

Ad esempio se durante una intervista un responsabile di una struttura utilizza parole dense come *“potere”, “guerra”, “paura”, “presidio”, “scontro”* ecc. prima ancora di ascoltare la sua narrazione in forma di contenuto abbiamo tanti elementi sui quali lavorare...

“Le parole dense sono modi per dare forma comune alle emozioni”

Come sapete tutto il mondo di Google ruota intorno alle parole chiave (keywords) anche perché l’introito maggiore di Google viene proprio dalla pubblicità di Google AdWords. Il successo di questo motore di ricerca sta soprattutto nel fatto che trova le pagine effettivamente più rispondenti alle ricerche degli utenti, questo avviene per diversi motivi: uno dei più importanti è la corrispondenza tra parole chiave cercate e parole presenti nel testo di approdo del sito cercato. Ovviamente questo significa che Google punta molto sulle parole chiave e per questo motivo ha messo, da diversi anni, a disposizione gratuitamente una serie di **tool** con i quali orientarsi tra le parole chiave.

Naturalmente non solo Google lavora sulle parole chiave, ma anche **Twitter** soprattutto con la presenza degli **HASHTAG** che ormai vengono implementati anche su **Facebook** ecc.

Criticità

Nonostante la psicologia abbia acquisito particolare spazio nei media e in genere nel mondo dell'informazioni, sono ancora poche le persone che sanno con precisione chi è lo psicologo, la differenza con lo psicoterapeuta, quali attività svolge. Spesso lo psicologo viene identificato con lo "strizzacervelli" e l'utente/cliente che vi si rivolge come il "pazzo".

Questa cultura danneggia enormemente la nostra professione non solo perché restituisce un'immagine stereotipata, ma soprattutto perché non consente di espandere tutte le aree inerenti alla figura dello psicologo che restano in secondo piano rispetto alla psicoterapia: psicologo del benessere, psicologo del lavoro, dello sport, della scuola ecc. ecc.

Internet è un buon campo di verifica di questa cultura psicologica con cui è necessario confrontarci.

OBIETTIVI DELLA PROPOSTA

Due obiettivi:

Indagine di mercato tramite TOOL, con l'obiettivo di comprendere come viene visto lo psicologo in Italia (con particolare riferimento alla regione Lazio), attraverso l'analisi e trend di singole parole chiave che identificano in modo abbastanza dettagliato cosa le persone cercano quando pensano alla psicologia.

Analisi delle oscillazioni nel tempo e durante l'anno solare delle parole chiave per verificare i periodi up e down e per, eventualmente, intervenire efficacemente per modificare questa tendenza.

Analisi/confronto tra parole chiave anche in questo caso per verificare a cosa viene associato il mondo della psicologia e come modificare questa tendenza. (Negli esempi a seguire propongo qualche stimolo/riflessione).

Indagine di mercato allargata, creare un **questionario** sia da somministrare in rete (ad esempio nel sito dell'Ordine, sui forum, su siti target importanti ecc.) per fasce di età, sesso, livello di istruzione, ecc. sia in formato cartaceo da somministrare ad esempio nelle 5 province del Lazio ad un target di età compresa tra i 50/65 anni. (Persone che utilizzano meno gli strumenti telematici).

Promuovere dei **focus group** con studenti di diverse facoltà (tra i quali anche studenti ai primi anni di psicologia), ai quali somministrare il questionario e attivare discussioni mirate.

DESTINATARI

I destinatari di questo progetto sarebbero sia gli psicologi iscritti all'Albo degli Psicologi del Lazio sia gli utenti esterni, la società o popolazione target.

Per quanto riguarda gli iscritti all'Albo potrebbero riceverne due vantaggi:

1. **primo** che un Ente gli propone un'indagine di mercato sulla quale orientare le proprie offerte professionali, idee da inserire nei propri siti o blog, periodi nei quali intensificare la pubblicità, aree dove è meglio disinvestire ecc.

2. **secondo**, stimolare gli psicologi a produrre contenuti mirati e differenziati; ad esempio creando **campagne virali** sviluppate ad hoc per modificare l'area di mercato dedicata alla psicologia. Un esempio potrebbe essere quello di intensificare la correlazione tra "psicologia" e "benessere" o differenziare la psicologia da altre discipline ecc. (Vedi grafico grafico n. 4/5).

Per quanto riguarda la società o popolazione target, il sito dell'Ordine potrebbe promuovere delle iniziative volte a modificare l'assetto stereotipato delle ricerche degli utenti.

AZIONI

L'analisi può essere sviluppata da un piccolo gruppo di lavoro utilizzando gli strumenti, tool, come ad esempio [GOOGLE TREND](#), [UBER SUGGEST](#), strumenti per le parole chiave di Google ADWORD ecc. Questo gruppo avrebbe il compito di effettuare indagini di mercato, orientate alle parole chiave e fornire i risultati delle indagini attraverso il sito dell'Ordine, in una apposita sezione dedicata proprio a questa attività.

Avrebbe anche il compito di creare **nuove parole chiave, contenuti e notizie virali** per incidere nell'utenza telematica e, in generale, sulla popolazione. Il gruppo interagirà con i social network per promuovere nuovi hashtag con i quali costruire notizie, contenuti, eventi ecc.

La piattaforma centrale sarà il sito dell'Ordine degli Psicologi del Lazio (non l'attuale dinosauro, ma un sito web 2.0!), si potrebbe, inoltre, creare una rete di contatti con tutti gli psicologi che hanno un sito personale, gestiscono un blog e/o sono presenti nei Social Network (facebook, twitter LinkedIn, Google Plus ecc.). Potremmo attraverso questa rete diffondere, insieme, una serie di **parole chiavi virali**. Ad esempio, se pensiamo che sia utile associarle la parola chiave

BENESSERE a quella di PSICOLOGO, potremmo comunicare alla nostra rete di professionisti presenti on-line di creare pagine con queste parole chiave e con contenuti dedicati ad esse.

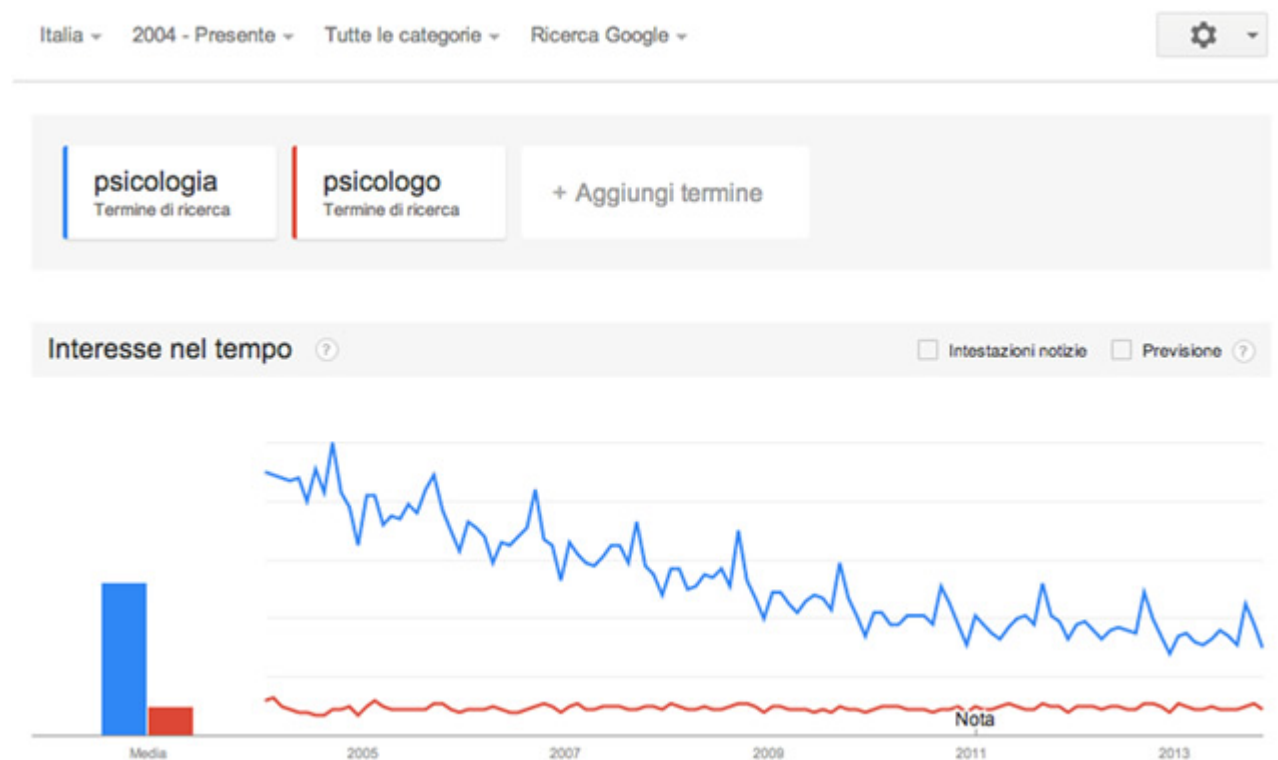
Esempi di analisi delle parole chiave tramite Google Trend

Propongo qualche esempio, come traccia di un possibile lavoro centrato sulle parole chiave.

Parto con un confronto tra il termine **“psicologia”** e **“psicologo”**

Il primo grafico confronta la ricerca dei due termini, si vede chiaramente che il termine **“psicologia”** è più ricercato del termine **“psicologo”**. (Grafico 1)

GRAFICO 1



Se analizziamo, però, separatamente il trend di ricerca negli anni vediamo che il termine “psicologia” (grafico 2) è in calo mentre il trend “psicologo” (grafico 3) è abbastanza stazionario nel tempo.

GRAFICO 2

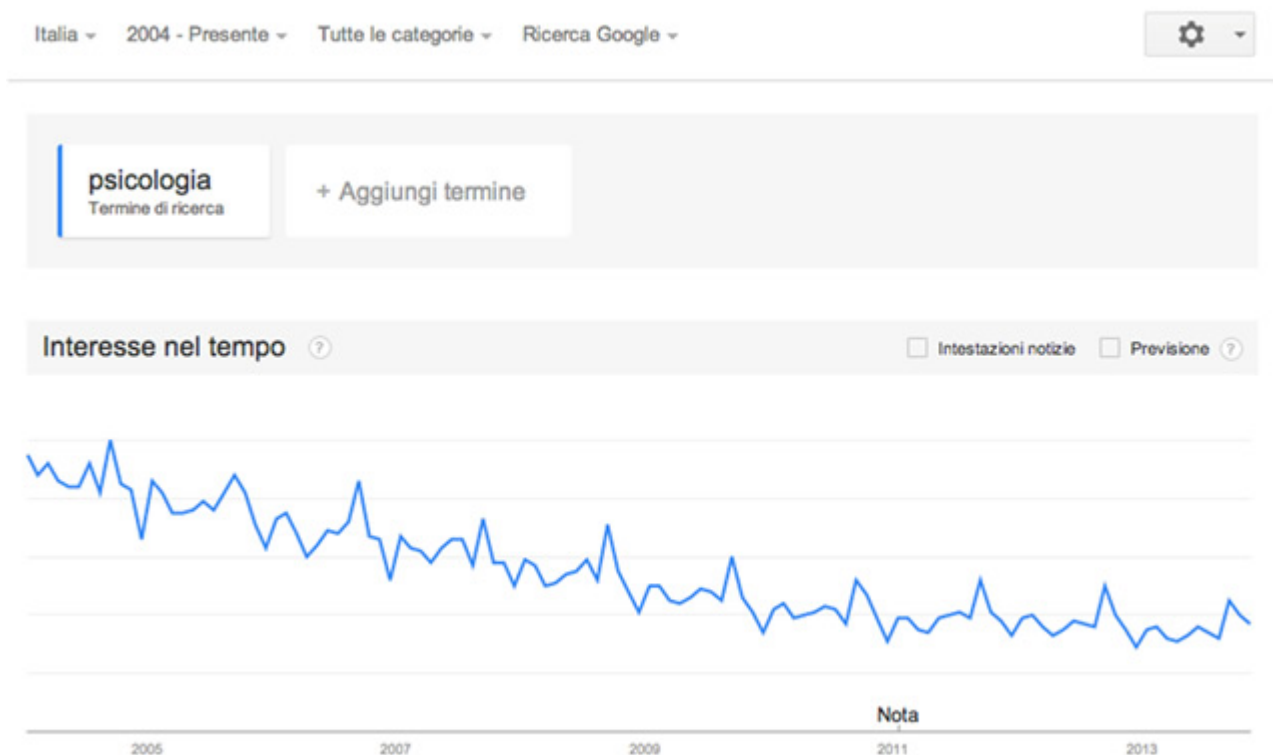
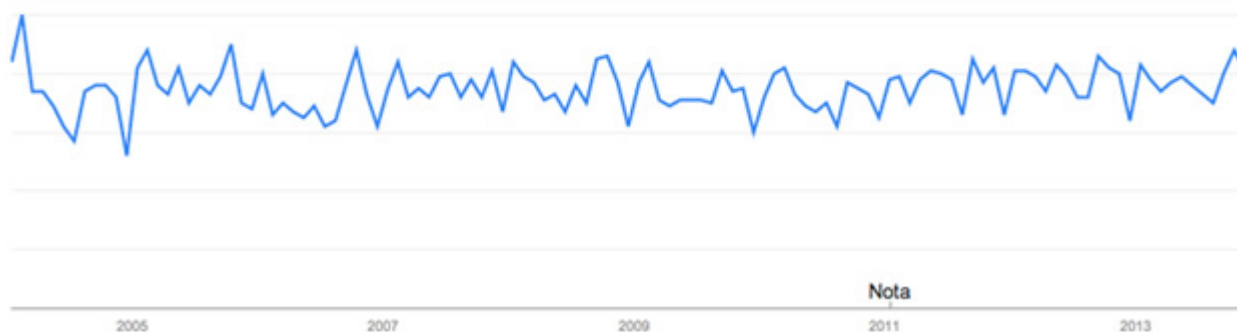


GRAFICO 3

psicologo
Termine di ricerca

+ Aggiungi termine

Interesse nel tempo ?

 Intestazioni notizie Previsione ?

Analisi della correlazione (confronto) tra parole chiave.

Con Google trend è possibile fare anche alcuni confronti tra parole chiave per verificare delle corrispondenze oppure delle relazioni inverse nei termini di ricerca.

Ad esempio se proviamo a fare una correlazione tra il termine "psicologo" e il termine "benessere" vediamo che sono **inversamente proporzionali** (grafico 4). Guardate questo bel grafico, molto esemplificativo:

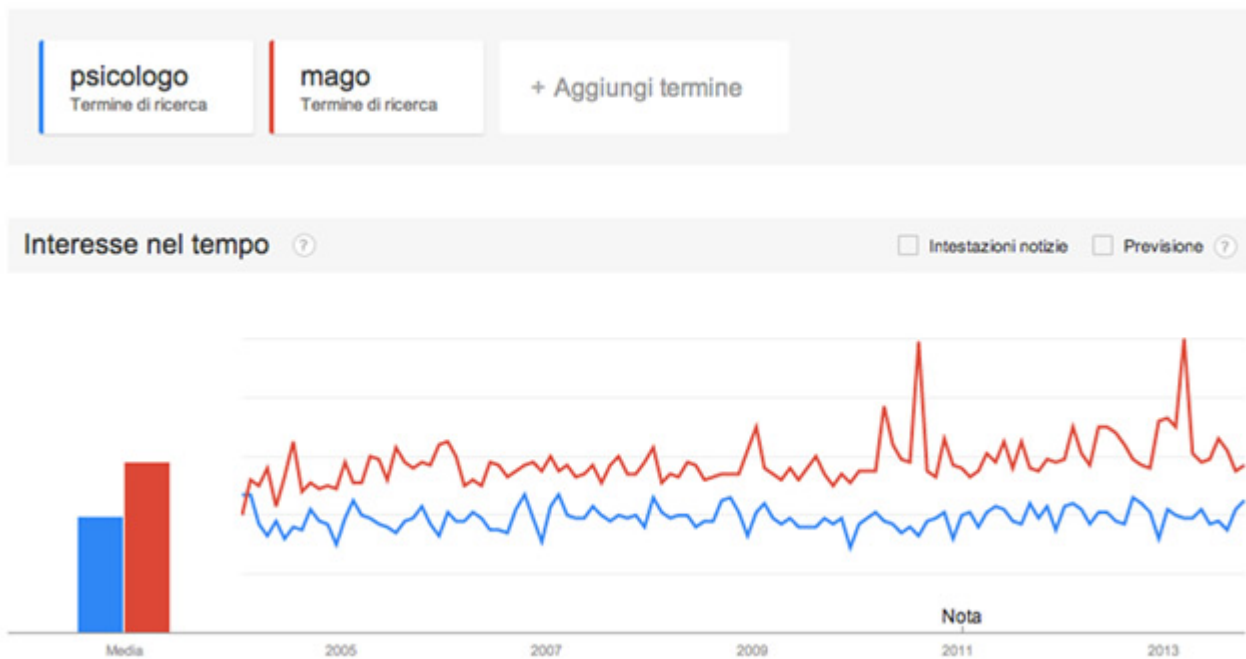
GRAFICO 4



L'andamento del grafico è speculare, la ricerca è inversamente proporzionale.

Propongo un altro esempio per i termini "psicologo" e "mago", quest'ultimo rimane in Italia ancora il termine più cercato rispetto a "psicologo"!!! (Grafico 5)

GRAFICO 5

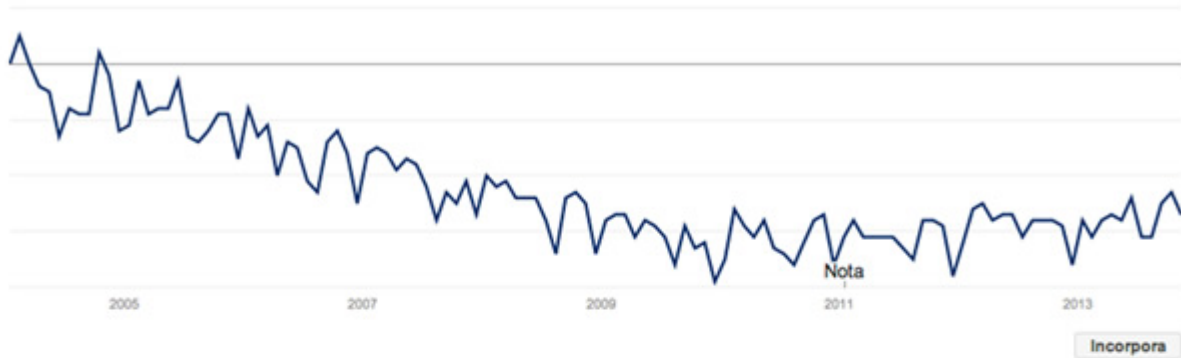


Analisi dei trend di ricerca (grafico 6)

Infine propongo l'analisi delle parole chiave più cercate negli ultimi anni all'interno della Categoria SALUTE MENTALE che, come si vede è in profonda discesa...

In questo caso viene fuori una parole molto particolare, che attraverso un gruppo di lavoro si potrebbe sviscerare per comprendere cosa in effetti la società cerca quando scrive: BIPOLARE. Risultato che ho già avuto modo di approfondire in altri contesti e che qui richiederebbe un articolo ad hoc.

GRAFICO 6



Ricerche correlate ?

Più cercati

depressione	100	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #e67e22;"></div>
ansia	90	<div style="width: 90%; height: 10px; background-color: #e67e22;"></div>
stress	40	<div style="width: 40%; height: 10px; background-color: #e67e22;"></div>
attacchi di panico	30	<div style="width: 30%; height: 10px; background-color: #e67e22;"></div>
autismo	30	<div style="width: 30%; height: 10px; background-color: #e67e22;"></div>
bipolare	30	<div style="width: 30%; height: 10px; background-color: #e67e22;"></div>
aifa	25	<div style="width: 25%; height: 10px; background-color: #e67e22;"></div>

Incorpora

In crescita

disturbo bipolare	+140%
sintomi depressione	+140%
aifa	+110%
ansia sintomi	+110%
bipolare	+110%
amnesia	+100%
dislessia	+90%

Incorpora

Sulle potenzialità di queste analisi ne parlava anche Nicola Piccinini nell'articolo "[Crisi del lavoro, disillusione, suicidi e... Google. Quali Insights per lo Psicologo?](#)", fornendo altri spunti di riflessione ed utilizzo di tali strumenti.

Immaginati quindi l'Ordine Psicologi Lazio che effettua in maniera sistematica queste analisi, sia per impostare la propria azione istituzionale di comunicazione e marketing, che per fornire ai colleghi una preziosa intelligence utile a muoversi più efficacemente nel loro quotidiano...

Che ne dici? Ti piacerebbe come servizio (gratuito)?

Un saluto,
Sergio Stagnitta

www.psicologopsicoterapeutaroma.com

Report finale al Sondaggio sulla serie televisiva “In treatment”

Come molti di voi sicuramente sanno, nella scorsa primavera è stata trasmessa su Sky Cinema la versione italiana della famosa serie americana “**In Treatment**”. La serie è incentrata sulla figura dello psicoterapeuta Giovanni Mari, interpretato da Sergio Castellitto, e le sue settimanali sedute con i suoi pazienti. È un remake della serie televisiva statunitense della HBO, a sua volta liberamente ispirata al format israeliano BeTipul.

Per la prima volta viene proposta una fiction che segue interamente lo schema di un percorso psicoterapeutico.

Riteniamo che sia molto importante prestare attenzione a tutti gli eventi (film, fiction, trasmissioni televisive, articoli di giornale, eventi di cronaca ecc.) in cui è presente la figura dello psicologo o psicoterapeuta. Questo perché tali eventi **influenzano l'opinione pubblica circa il senso della nostra professione creando fantasie, aspettative, opinioni su cosa fa concretamente lo psicologo e sull'efficacia del suo intervento professionale.**

Uno dei maggior problemi che ha da sempre la nostra professione è quello di far capire, pienamente, l'efficacia del nostro intervento professionale sia in ambito clinico sia in ambito formativo e/o aziendale. Il secondo problema, e questo riguarda l'ambito clinico, è la credenza, ancora troppo

radicata, che **andare dallo psicologo vuol dire essere “matti”** con la conseguenza che molte persone desistono anche se sentono di averne bisogno, oppure ci vanno ma con la paura di essere scoperti da familiari, amici o colleghi sentendosi in obbligo di giustificare la loro scelta.

Per questo motivo tutti gli eventi pubblici – televisivi, giornalistici o telematici – possono modificare enormemente queste credenze, anche se non sempre in senso positivo.

Ad esempio il cinema si è molto occupato della nostra professione proponendo, fin dalle sue origini, moltissimi film nei quali vi era tra i personaggi, spesso come protagonista, uno psicologo/psicoterapeuta (a volte psichiatra, soprattutto fino agli anni 60').

*Partendo da tali premesse, e vista l'importanza di questa serie televisiva, ci siamo chiesti: **quale ricaduta può avere nella nostra società una fiction interamente centrata sulla figura dello psicologo/psicoterapeuta?***

Per questo motivo vi abbiamo proposto un breve sondaggio che ovviamente ha solo la funzione di indicare una “tendenza”, piuttosto che una “statistica” vera e propria, sull'argomento.

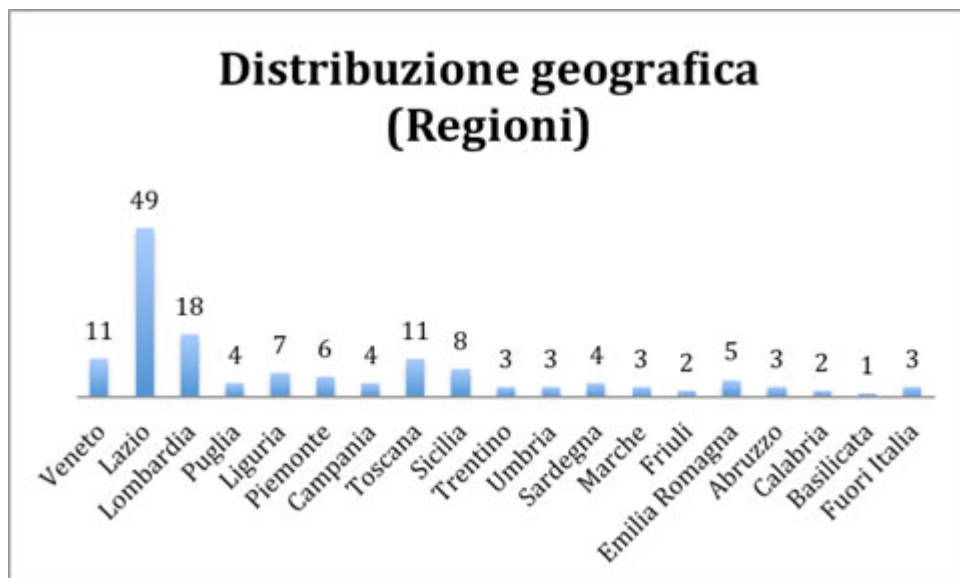
Risultati dell'indagine

In sondaggio è stato presente in rete per tutto il mese di Giugno 2013, hanno risposto al sondaggio **147 persone**. Di seguito verranno riportati i dati sia in termini assoluti che in percentuale (attraverso dei grafici).

Per quanto riguarda le domande aperte, troverete una sintesi che abbiamo sviluppato seguendo le risposte maggiormente

rappresentate, nello stesso tempo troverete un link che rimanda alla pagina nella quale sono state inserite tutte le risposte.

Distribuzione geografica in numeri assoluti:



[divider]

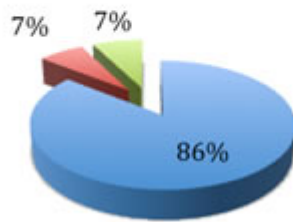
Sondaggio

1) Conosci la serie televisiva "In Treatment"?

- Hanno risposto "Sì" **126 persone**
- Hanno risposto "No" **10 persone**
- Ne hanno sentito parlare **11 persone**

Conoscete la serie televisiva "In Treatment"?

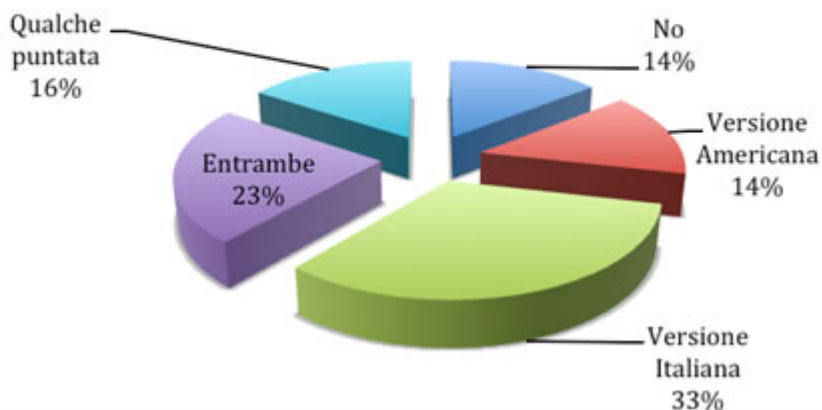
■ Si ■ No ■ Ne ho sentito parlare



2) Hai visto la serie televisiva "In Treatment"?

- Hanno risposto "No" **21 persone**
- Solo la versione Americana **21 persone**
- Solo la versione Italiana **48 persone**
- Entrambe **34 persone**
- Solo qualche puntata **23 persone**

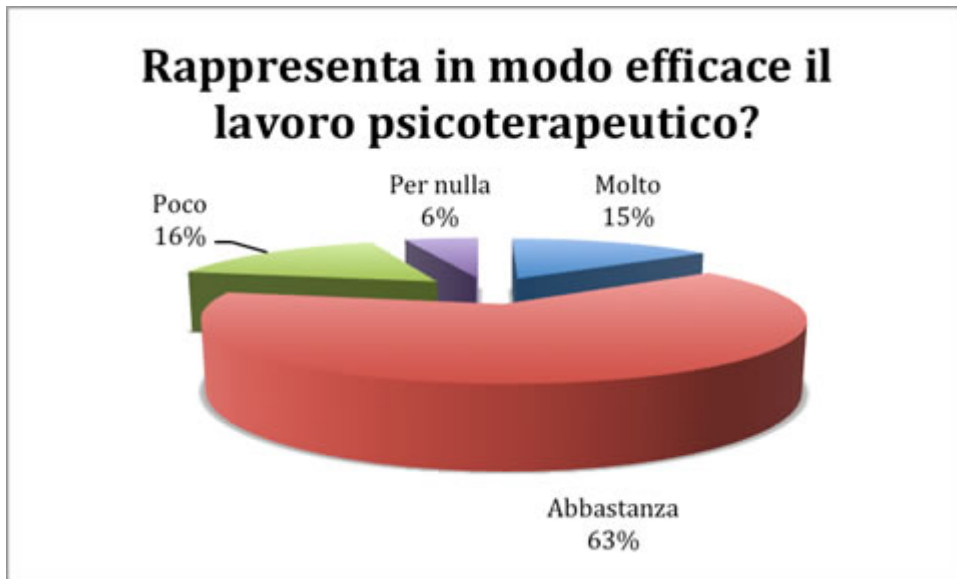
Avete visto la serie televisiva In Treatment?



3) Pensi che rappresenti in modo efficace il lavoro psicoterapeutico?

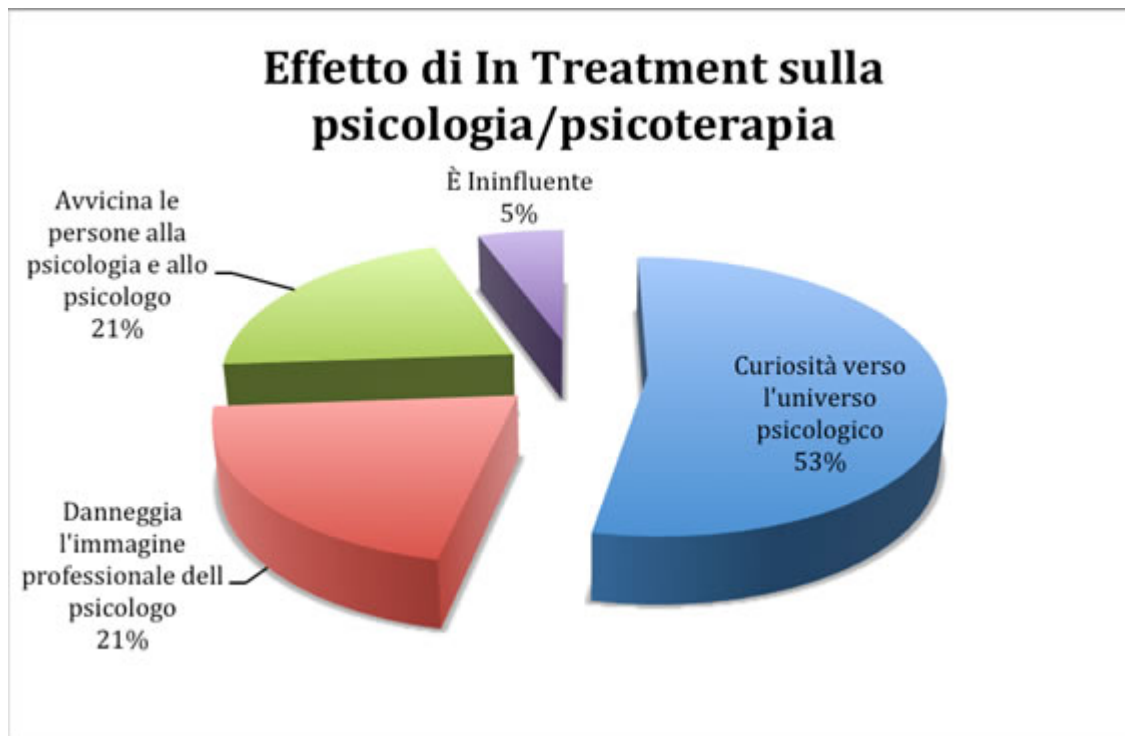
- Hanno risposto "Molto" **22 persone**

- Abbastanza **93 persone**
- Poco **24 persone**
- Per nulla **8 persone**



4) Pensi che l'effetto sociale, in termini di opinione sulla professione di psicologo/psicoterapeuta, sia:

- Hanno risposto: "Curiosità verso l'universo psicologico": **67 persone**
- Hanno risposto: "Danneggia l'immagine professionale dello psicologo": **26 persone**
- Hanno risposto: "Avvicina le persone alla Psicologia e allo Psicologo": **26 persone**
- Hanno risposto che: "È influente": **7 persone**



Puoi, in breve, riportare qualche riflessione sul perché di tale convinzione sul suo effetto sociale? (Domanda aperta n. 4):

SINTESI

Curiosità

In sintesi chi ha risposto che la serie In Treatment “crei curiosità” verso la figura dello psicologo/psicoterapeuta sottolinea almeno 4 aspetti. Il **primo**, e forse quello più gettonato, è descritto bene da un collega che scrive: *“Penso che entrambe le serie televisive, quella americana e quella italiana servano, in qualche modo a fugare tutte quelle fantasie che spesso le persone hanno rispetto al lavoro dello psicologo, facendo capire che non c’è nulla di male ad entrare nello studio dello psicologo, che lì potrebbero sentirsi a loro agio e manifestare le loro reali esigenze di vita. Tutto ciò avendo di fronte un professionista disposto ad ascoltarle ed aiutarle”*. Il **secondo** aspetto, riguarda l’umanità dello psicologo, che lo rende meno enigmatico e più aderente alla

realtà. Lo riporta alla sua vera funzione di cura piuttosto che ad una visione magica.

Il **terzo** aspetto riguarda il fatto che fa vedere come funziona un lavoro psicoterapeutico, anche se molti sottolineano che riguarda un solo approccio (psicodinamico). Riportiamo una seconda riflessione interessante: *“sono chiari molti passaggi che effettivamente avvengono durante una seduta, anche se poi l’ottica psicodinamica e sistemico relazionale sfugge ai non addetti ai lavori e non è ben comprensibile quale sia il processo trasformativo che avviene all’interno del paziente. La regia è comunque costruita molto bene ed emerge chiaramente il ruolo accogliente e non giudicante ecc. ecc. del terapeuta; è chiaro che esistono molti altri modi di condurre una terapia e di essere terapeuti, nella fiction ne viene proposto uno soltanto; inoltre la professione di psicologo non si limita alla psicoterapia.”*

Il **quarto**: favorisce un’identificazione con le storie e con i personaggi e quest’ultimi non coincidono con lo stereotipo sociale del “matto”.

Danneggia

In sintesi chi ha risposto che la serie In Treatment “danneggia” la figura dello psicologo/psicoterapeuta propone almeno tre aspetti: **primo**: perché rappresenta esclusivamente un modello psicoanalitico, diciamo ad orientamento psicodinamico e quindi limitato rispetto alle proposte terapeutiche presenti nel nostro panorama professionale; **secondo**: perché è molto centrata sulla figura dello psicoterapeuta e dei suoi problemi; terzo è superficiale, tecnicamente rimanda ad una figura che non è in grado di gestire la relazione psicoterapeutica, ad esempio non riesce a gestire l’aggressività (o in generale il transfert) sua e dei pazienti. Alcuni comportamenti sono stereotipati e banali.

Avvicina

In sintesi chi ha risposto “avvicina” propone diversi aspetti.

Primo: in generale “seminare cultura psicologica” fa bene alla nostra professione. **Secondo:** la serie dimostra anche che lo

psicologo è un essere umano, con una propria vita relazionale, i propri problemi, non è onnipotente come spesso viene rappresentato (e noi sappiamo che l’immagine di onnipotenza spaventa e allontana le persone). **Terzo:** riportiamo

interamente un commento che ci è sembrato molto significativo e completo: *“Penso che tutti quelli che non sono mai stati in*

terapia abbiano molta curiosità di sapere come funziona e cosa succede veramente. Ci sono molte aspettative magiche sul

terapeuta come risolutore di tutto, così come ci sono credenze molto negative, come il fatto che ti plagi e che decida della

tua vita. Penso che con tutti i limiti di queste serie tv, ne emerga che questo non accade, quello che avviene è un processo

che si costruisce insieme e che può portare a grandi cambiamenti, se si lavora bene. La conoscenza di se stessi è

il punto cruciale, cambiare o meno la propria vita poi sta al paziente. Il lato negativo di questa serie tv è che a mio

avviso il terapeuta fa troppi agiti e viola il codice deontologico. Anche se questa è una realtà che purtroppo

accade, direi che rappresentarla è stato rischioso per la nostra immagine morale.” **Quarto:** così come per chi ha risposto

“avvicina” anche in questo caso viene evidenziato il fatto che la serie tende a sfatare l’idea che chi va dallo psicologo sia

un “matto”, piuttosto una persona che ha dei problemi e vuole risolverli. **Quinto** si tratta la psicoterapia in modo

abbastanza seria, evitando gli stereotipi del terapeuta che fa le parole crociate dietro al lettino! **Sesto:** riportiamo un

ultimo commento interessante: *“ritengo sia auspicabile che una persona si rivolga allo psicologo non tanto e solo quando sta*

male o è affetto da patologie marcatamente invalidanti, ma anche e semplicemente per vivere meglio la propria vita, per

avere una coscienza di sé più profonda dando più senso e più significato alla propria esistenza.”

Ininfluyente

Riportiamo in sintesi alcune riflessioni sul perché la serie è “ininfluente”. **Primo**: perché le storie sono troppo patetiche e lontane da ciò che accade realmente in psicoterapia. **Secondo**: perché non è la tv con le sue trasmissioni ad orientare l’opinione pubblica sulla psicologia. **Terzo**: riportiamo, anche in questo caso, un commento interessante: *“può incuriosire ma certo non sposta di “una virgola” il problema complessivo della visione della psicoterapia che è ancora vista come non strettamente necessaria in molti momenti della vita di ognuno esattamente come le visite di controllo dal medico di base ma adatta e necessaria solo per malati gravi o per “élite” particolari che possono permettersi “denaro” e tempo da perdere. “Mica sono matto per dover andare da uno psicoteraputa..!”*

5) Hai esperienze dirette di persone che hanno parlato di questa fiction? In generale sono commenti:

- Hanno risposto: “Positivi”: **89 persone**
- Hanno risposto: “Negativi”: **17 persone**
- Hanno risposto: “Abbastanza neutri”: **41 persone**



6) Più in generale, e al di là di In Treatment, cosa può impattare positivamente sull'immagine sociale che le persone hanno dello psicologo?

SINTESI

In sintesi evidenziamo almeno sei grandi proposte.

Primo: Diffusa campagna per definire in maniera chiara la funzione dello psicologo, dello psicoterapeuta, la differenza con lo psichiatra e altre figure professionali; la differenza degli approcci psicoterapeutici. Cosa può fare uno psicologo e i limiti della professione per evitare false credenze sull'onnipotenza professionale.

Secondo: far passare l'idea che non si rivolgono allo psicologo/psicoterapeuta solo le persone gravemente disturbate, con patologie gravi e invalidanti, ma tutte le persone che hanno bisogno nel corso della propria vita di una fase di chiarezza, quindi andare dallo psicologo non vuol dire "essere matti".

Terzo: presenza sui mass media di psicologi/psicoterapeuti professionali, competenti, seri.

Quarto: lo psicologo/psicoterapeuta deve partecipare maggiormente alla vita sociale, deve uscire dall'isolamento che alcuni approcci lo hanno relegato. Quindi anche maggiori iniziative promozionali e collaborazione con i medici di base.

Quinto: ampliare la presenza dello psicologo nel SSN. (Sistema Sanitario Nazionale).

Sesto: riportiamo infine un commento interessante: *"Credo che sia utile iniziare ad essere più presenti concretamente sulla scena pubblica e a correggere più energicamente la dilagante "psicologia spicciola"*.

Nota del curatore

Vorrei aggiungere una breve nota personale sull'immagine dello psicologo nella società partendo da ciò che, a mio avviso, dovrebbe fare la nostra categoria per crescere e progredire in modo efficace.

Ritengo che la nostra categoria professionale, soffra, più di altre, di un **alto livello di competizione**. Questo è dovuto sicuramente alla grande concentrazione di psicologi/psicoterapeuti soprattutto nelle grandi città ed una bassa concentrazione nelle province e nei piccoli centri. Credo però che vi sia un altro problema, tipico della nostra categoria professionale: la **bassa presenza di una varietà di offerte professionali**. Tutta la psicologia per decenni si è concentrata soprattutto ad orientare gli studenti verso la clinica e così molti psicologi si sono sentiti quasi obbligati a fare delle scuole di specializzazione per diventare psicoterapeuti a tutto svantaggio degli innumerevoli ambiti in cui la nostra professione poteva svilupparsi. Questo ha fatto sì che ci fossero molti psicoterapeuti, tutti tesi ad offrire le stesse prestazioni professionali e tutti, per definizione, **contro tutti**. Non solo, lo scontro si è sviluppato anche tra diverse scuole di pensiero, ciascuno ritenendo il proprio modello, l'unico in grado di soddisfare la richiesta di aiuto. Questo ha favorito una vera e propria assenza di dialogo ed una chiusura verso le novità. Pensate a quante risorse si sono sprecate in questo modo, quante energie potevano essere messe in comune, come categoria, per progredire verso l'esterno piuttosto che utilizzarle in sterili scontri interni. Non è un caso che alcune categorie professionali sono molto più unite e forti (nonostante gli ovvi scontri che inevitabilmente ci sono in tutte le situazioni). Penso ad esempio ai medici e alla loro forza professionale, ma non solo.

Io ritengo che una buona istituzione come ad esempio un Ordine Professionale, dovrebbe come primo punto **favorire una grande**

differenziazione nelle competenze professionali e favorire una forte integrazione tra modelli in modo tale che ad esempio un mio collega che ha lo studio a 200 metri dal mio non diventi per me un “nemico” da combattere ma un’utile risorsa, magari perché fa delle cose che io non so fare, oppure perché potrei collaborare in progetti comuni, o, ancora, perché potremmo creare degli utili scambi piuttosto che rimanere entrambi nelle nostre rispettive trincee, spaventati dalla mossa del “nemico”. Lo psicologo, come categoria professionale (e questo è emerso in diverse risposte all’indagine su In Treatment) **dovrebbe stare dentro la società, non ai margini**, dovrebbe cercare continuamente contatti e pensare che un punto di vista diverso possa essere per lui/lei una risorsa piuttosto che un impedimento.

SERGIO STAGNITTA *Psicologo – Psicoterapeuta (Roma)*

Ho fondato un gruppo Facebook dal titolo: “**cinema e psicologia**”. *Cinema e psicologia è un gruppo di discussione nato per condividere esperienze personali e professionali sull’uso formativo e terapeutico del cinema. Il gruppo è rivolto a tutti, esperti e persone interessate al connubio psicologia e cinema.*

Per aderire seguite il link:
<https://www.facebook.com/groups/cinemaepsicologia/>

Inoltre gestisco il sito: “cinema e psicologia” (sito + blog):
<http://www.cinemaepsicologia.it>