

## Lo psicoterapeuta: un mito da sfatare

Mi piace molto parlare con i colleghi, confrontarmi con loro, e discutere della nostra professione. Nel fare questo mi sono reso conto che esistono molti miti all'interno della psicologia, **miti che sono ad uso e consumo di noi psicologi.**

Uno dei più importanti riguarda le prospettive lavorative del proprio studio clinico.

### **Nella clinica non c'è più lavoro: c'è troppa concorrenza.**

Ebbene sì, siamo oltre 40.000 colleghi, con un tasso di crescita vorticoso.

Siamo in tanti, questo è vero, e siamo in forte aumento, ma contrariamente a quello che si pensa non siamo (per ora) in troppi.

Allora perché tutti i neo colleghi **lamentano scarse opportunità professionali?**

Il motivo è duplice:

1) La maggior parte dei neo-colleghi vuole **lavorare come dipendente**, mentre nella nostra professione la preponderanza dei posti sono di tipo **libero-professionale**.

Se su 100 colleghi 90 vogliono fare i dipendenti, e se su 100 posti a disposizione solo 10 sono da dipendenti, ne consegue che 90 persone ambiscono a soli 10 posti..... e purtroppo si ritrovano a vivere una vera e propria odissea.

Come conseguenza, e a ragione, questi 90 si lamenteranno, queste lamentele produrranno negli studenti e nella categoria tutta, l'immagine di una professione al collasso, perché questi 90 sono il 90% di chi cerca lavoro oggi nella psicologia!

2) Il secondo aspetto è che gli **psicologi senior** non hanno avuto bisogno di **promuoversi** come lo abbiamo noi oggi.

Questa sensazione di "saturazione" della psicologia non l'abbiamo solo noi giovani colleghi, ma anche i colleghi più maturi.....

Quelli che oggi sono i senior, in pratica sono stati i primi psicologi in Italia.

Il loro ingresso nel mondo del lavoro è stato più facile. Al tempo era più semplice per tutte le discipline, per esempio capitava spesso che appena laureato ti venissero a cercare con proposte interessanti, ma oggi questo non capita più a nessuno.

Quindi, proprio per il fatto di essere stati i primi hanno avuto tutto lo spazio a disposizione, ovvero non si sono mai dovuti porre una serie di problemi che oggi sono cruciali: **"come faccio a lavorare?"**; **"perché qualcuno dovrebbe venire proprio da me?"**; **"affitto uno studio e poi?"**; ecc.

Il doversi arrangiare, inventarsi dei modi per farsi conoscere, ecc., sono tutte cose che loro non hanno vissuto come noi, sono estranee al loro modo di pensare, e quindi, in conclusione, sono cose che non ci hanno potuto insegnare.

Non solo, il fatto che noi abbiamo questi problemi, fanno pensare (anche a loro) che la nostra categoria sia al collasso, quando in realtà queste problematiche sono normali per qualsiasi professione, ma semplicemente sono nuove per la nostra (essendo la nostra una categoria giovane).

Al giorno d'oggi **tutti i lavori hanno bisogno dell'aspetto "autopromozione"**, perfino il dentista, o anche il veterinario, che è la professione intellettuale a più elevato tasso di occupazione.

Mettiamoci nei panni del **neo-psicologo** che accarezza l'idea di **aprire uno studio**:

In che modo mi faccio conoscere? Che canali percorrere? Cosa fare esattamente?

Queste sono tutte domande che bloccano, che fanno sentire “perso”, senza possibilità di uscita, e quindi spingono le persone alla ricerca di sicurezze (“*molto meglio fare l'educatore, non è la stessa cosa, ma almeno rimango nel campo ed ho uno stipendio sicuro*” un pensiero che sicuramente ha attraversato la testa di molti).

Un punto cruciale è proprio questo: al giorno d'oggi se io mi limito ad aprire uno studio e mettere una targhetta non arriveranno abbastanza persone perchè io possa vivere di questo lavoro, eppure questo non significa nulla.

Se attivo anche delle reti relazionali, sviluppo dei canali di autopromozione, propongo dei servizi mirati, la situazione cambia notevolmente, ed **anche un neo-collega con poca esperienza, può, in tempi accettabili, sentirsi soddisfatto.**

Quando dico queste cose, spesso mi si risponde dicendomi “ma noi non possiamo farci pubblicità, quindi non possiamo autopromuoverci”, o parlandomi della legge della domanda e dell'offerta.

### **Lo psicologo può farsi pubblicità**

Ci sono due aspetti importanti su questo:

- 1) La pubblicità sanitaria viene regolamentata, non vietata
- 2) La regolamentazione tratta di pubblicità sanitaria, non di tutta la psicologia

**Tra il sanitario e lo psicologico** c'è una linea di confine a volte sfumata, ma c'è.

Se io promuovo un corso per superare le fobie, o per gestire le ansie, smettere di fumare, ecc., sono sulla linea di confine, quindi è dubbio se sia un ambito prettamente sanitario o meno.

In questi casi faccio formazione, empowerment, autoconsapevolezza, o terapia di gruppo?, non esiste una risposta univoca, dipende da come gestisco il gruppo, da quello che concretamente faccio. Anche gli ordini regionali su questi temi non sono concordi tra loro, alcuni lasciano più libertà, altri sono maggiormente restrittivi.

Se io sviluppo, invece, una serie di corsi sulla comunicazione, sulle relazioni di coppia, sul rapporto genitori-figli, sull'autostima, ecc. sono indiscutibilmente fuori dall'ambito sanitario, e quindi le restrizioni sulla pubblicità sanitaria non si applicano (ovvio che comunque devo rispettare il decoro della professione).

Nonostante questo voglio sottolineare che, anche nel caso in cui io svolgessi solo attività sanitaria, **posso autopromuovermi e farmi “pubblicità”**, solamente devo sottostare ad una regolamentazione, e quindi fare maggiore attenzione.

### **La psicologia dentro la legge della domanda e dell'offerta**

Alcuni colleghi mi fanno notare che la clinica non è equiparabile ad un altro settore, in cui attraverso pubblicità mirata puoi aumentare la domanda, e quindi creare nuova occupazione.

Nell'obiezione che mi viene rivolta si presume che per creare una nuova domanda dovresti, paradossalmente, creare patologie!

Ovviamente nessuno auspica un aumento delle patologie, ma il punto importante è un'altro.

Abbiamo parlato di domanda e offerta. Cosa c'è subito prima della domanda?  
Semplice: il bisogno che l'offerta andrà a soddisfare.

**Le persone hanno una serie di bisogni da soddisfare**, questi bisogni possono sfociare in altrettante domande, oppure non farlo, dipende..... ... dipende anche da noi.

Esiste una ricerca molto interessante che ha sviluppato l'Ordine della Toscana e che va a spiegarci alcune cose proprio a questo proposito.

Cito due pezzi della ricerca, perché sono illuminanti (da pag. 76):

“Come ne esce la figura dello psicologo, da questa lettura della Cultura Locale toscana? Possiamo dare una risposta a questo interrogativo, assumendo due punti di vista diversi.

**Se si guarda alla valutazione dell'attuale reputazione dello psicologo, si può dire che essa sia di buon livello.”**

.....

**“Se si guarda, di contro, alle potenzialità di sviluppo della professione psicologica in Toscana, si può notare una profonda discrasia**, una contraddizione palese tra modelli della professione praticati, in modo maggioritario, dagli psicologi ed attese presenti nella cultura della popolazione.

**L'elemento centrale della contraddizione è rappresentato dalla rappresentazione della psicoterapia**: considerata quale sbocco professionale ottimale dalla gran parte degli psicologi, ed al contempo poco presente nelle attese attuali (10% circa), ”

(Renzo Carli, Rosa Maria Paniccia e Sergio Salvatore - *“L'immagine dello psicologo in Toscana”* - Ricerca condotta da SPS - Studio di Psicosociologia per conto Ordine degli Psicologi della Toscana – Aprile 2004)

Overo:

**1) l'opinione che le persone hanno dello psicologo è positiva**

**2) solo il 10% delle persone si aspetta che lo psicologo si occupi di terapia**, mentre il 90% delle persone vorrebbe dallo psicologo altre cose (sempre dalla stessa ricerca: **“Al tempo stesso, la ricerca mostra che la domanda rivolta alla psicologia è potenzialmente molto forte ed avanzata**. Una domanda che vorrebbe lo psicologo quale agente per lo sviluppo dei sistemi di convivenza, capace di cogliere i problemi insiti nella relazione tra persone e sistemi organizzativi della convivenza stessa.”; “... lo psicoterapeuta è oggetto di diffidenza e critica.”; “[la psicoterapia] Se è vero che gli psicologi la valorizzano, e la popolazione tende a svalutarla, si può capire come gli psicoterapeuti, che non sembrano accorgersi di questa discrasia nella rappresentazione della propria professione, vengano percepiti come professionisti totalmente autocentrati, interessati solo alla propria prassi ed alla corporazione d'appartenenza.”).

Leggendo questa ricerca sembra proprio che **la cultura in Italia sia cambiata, e noi non ce ne siamo neppure accorti**.

Tornando alla nostra legge della domanda e dell'offerta: noi psicologi, lavorativamente parlando, ci rivolgiamo principalmente verso la psicoterapia, mentre il 90% delle persone non ci vede come psicoterapeuti.

Quindi se lo studio inteso in senso classico (terapeutico) non è più popolato come una volta, che significa?

---

Che non c'è più posto per gli psicologi, oppure che **la nostra cultura è cambiata, e noi dovremmo adeguarci ai nuovi bisogni delle persone?**

Forse non ci siamo ancora abituati ai ritmi della vita di oggi, alla velocità con cui cambiano le percezioni della gente..... Per esempio tutti noi ricordiamo che “solo” 10 anni fa il cellulare era un oggetto che sollevava polemiche tra chi era contro e chi era a favore, posizioni che se prese oggi ci sembrerebbero fatte da una persona probabilmente “fuori dal mondo”. Nello stesso modo 5 anni fa internet era una cosa per pochi, infatti nei primi anni 2000 solo 1 famiglia su 3 disponeva di un collegamento a internet (dato ottenuto sommando i collegamenti da casa e quelli dal lavoro).

Oggi si cerca di programmare la propria vita, di **capire se stessi** e gli altri, c'è **voglia di crescere**, di prendersi **del tempo per se stessi**, ci si **pongono obiettivi diversi** rispetto a solo 10-20 anni fa....

E capita spesso che ci siano persone, anche relativamente giovani, che sentono la necessità di ricominciare da zero, riprogettare la propria vita, prenderla in mano e decidere cosa fare.

Ma tutto questo è impossibile da fare finché una persona non si è fatta chiarezza dentro di sé.

Detto in breve: **“se non so chi sono, non riuscirò a trovare il mio spazio nel mondo”**; **“se non so cosa voglio, non riuscirò mai ad ottenerlo”**.

Ed ecco un fiorire di counselor, di corsi di “empowerment”, di comunicazione, di personal coach, fino ad arrivare alle camminate sui carboni ardenti e cose simili.

Tutte queste cose, in alcuni casi sviluppate in maniera seria, in altri meno, e quasi mai tenute da noi psicologi.....

**In conclusione** le persone hanno un'opinione positiva di noi, **sentono la necessità della psicologia come non mai**, ma in modo diverso a come siamo abituati a ragionare: **meno terapia e più crescita personale**, i bisogni si sono spostati **dall'individuale** (“io ho un problema”), **al microgruppo** (le relazioni personali).

Il punto tragico è che noi stiamo perdendo tempo, lasciamo vuoti molti spazi che poi altri colmeranno e stanno già colmando.

Stefano Sirri.