

## Seminario Culture del Lavoro 3 11 maggio

### “Il desiderio come rischio di impresa in psicologia e psicoterapia”

di Sara Ceccacci, Daniele Faro, Stefano Pirrotta, Elettra Possidoni, Elena Russo, Margherita Zorzi

#### **Premessa**

Siamo un gruppo di lavoro composto da allievi e specialisti SPS che da alcuni mesi sta lavorando ad una pubblicazione su Quaderni della Rivista di Psicologia Clinica, che raccoglie i contributi discussi nel seminario Libera Professione dello scorso ottobre.

Quel seminario era stato organizzato interamente dagli allievi e si era sviluppato attraverso una rassegna di esperienze imprenditive di allievi, specialisti e docenti della scuola.

L'obiettivo della pubblicazione che stiamo curando è quello di proporre una riflessione trasversale delle esperienze proposte nei contributi al seminario e di interrogarci sui diversi *setting* e *dispositivi di offerta* che come psicologi-psicoterapeuti stiamo costruendo, siano essi lo studio, i servizi rivolti a individui, famiglie o organizzazioni, le attività laboratoriali.

Il nostro gruppo sta lavorando per costruire la premessa teorica della pubblicazione, che introduca le varie esperienze offrendo criteri trasversali alle stesse.

Con la partecipazione alla tavola rotonda sull'imprenditività del Seminario Culture del Lavoro di quest'anno, ci interessa verificare e condividere alcune ipotesi rispetto alla competenza a imprendere in psicologia, che stiamo sviluppando dentro questo processo di costruzione della premessa teorica.

Proponiamo la produzione di letteratura in materia di libera professione come intervento imprenditivo, nell'ottica in cui intendiamo impresa come cambiamento. Cambiamento che associamo al nostro sviluppo professionale e che si riferisce qui in questo scritto alla possibilità - per mezzo di una pubblicazione - di tenere insieme le nostre esperienze di libera professione in psicoterapia.

In questo modo ci sembra di aver potuto mettere in discussione la fantasia di libera professione come “libera da rapporti” e dalle appartenenze, per esempio quella al modello dell'analisi della domanda che accomuna le diverse esperienze trattate.

#### **Pubblicare le nostre esperienze imprenditive per una politica della professione**

Abbiamo cominciato questo processo di riflessione a febbraio, riunendoci in incontri serali presso lo studio di alcuni di noi. Resocontiamo alcuni passaggi del lavoro.

Siamo partiti dall'interesse a contestualizzare e introdurre i contributi resocontati entro il seminario “Rassegna di esperienze”, sulla base del desiderio comune di discutere e pensare le iniziative imprenditive di giovani psicologi, specializzandi e specialisti in psicoterapia psicoanalitica.

In particolare abbiamo focalizzato l'attenzione sul rapporto tra domanda e offerta e gli aspetti di metodo ad esso connessi.

Ci sembra che i vari contributi trattino i motivi e il significato del mettersi insieme, del “fare impresa”, dei problemi incontrati e dei risultati raggiunti entro diverse esperienze.

Le storie e gli sviluppi di associazioni, di gruppi di lavoro, di studi singoli o associati aprono ad alcune domande: che tipo di **setting** proponiamo? Quali aspetti di **metodo** implicano? Che **domande** sollecitiamo?

Tendiamo a pensare che “la sospensione dell’agito” e “l’interpretazione” siano centrali nell’attività di studio, mentre in un’attività laboratoriale lo siano di più la “competenza collusiva” e “l’azione interpretativa”. Questa scissione reifica e semplifica questioni metodologiche che desideriamo tenere aperte.

Ci sembra inoltre che i diversi contributi parlino del lavoro di **costruzione di committenza**, intercettando e sollecitando una domanda la cui formulazione è già l’esito del lavoro clinico, più che una premessa. In altri termini sono lavori che nascono entro il processo del *conoscere per intervenire*, quindi un processo di ricerca ed esplorazione dei contesti tramite categorie di lettura psicologiche.

Leggiamo ora un breve estratto dell’articolo che introduce il rapporto tra analisi del mercato attuale per la psicologia e ipotesi di sviluppo della professione.

*“Negli ultimi decenni in Italia ci si è confrontati con un processo che ha portato a quella che è stata definita come “l’identificazione della professione psicologica con la psicoterapia” (Carli R., Paniccia RM., Salvatore S., 2004). Oggi in Italia gli psicologi specializzati in psicoterapia sono 54780, con una media di circa uno psicoterapeuta ogni 1000 abitanti. Da una ricerca del CNOP emerge che solo il 2% della popolazione si rivolge ad uno psicoterapeuta. Sembra che l’offerta di psicoterapia tradizionale intercetti e riguardi solo una piccola parte della popolazione. La psicologia è infatti, tra le libere professioni, quella che ha avuto l’aumento più sostanziale in termini numerici negli ultimi anni ed è la professione ordinistica con i redditi più bassi (“Rapporto 2017 sulle libere professioni in Italia”). In questo quadro i liberi professionisti, psicologi e psicoterapeuti, si confrontano con il problema del mercato e della concorrenza. Come possiamo noi psicologi/psicoterapeuti sviluppare il lavoro come libero professionisti senza stare a competere tra di noi per “accaparrarci” quei pochi pazienti che decidono di rivolgersi a uno psicoterapeuta?”*

Le moltissime offerte presenti sul mercato sembrano essere accomunate da un’offerta di psicoterapia che proponiamo di definire “conformista”, ove è assente un pensiero sulle circostanze che producono l’incontro tra domanda ed offerta. La domanda di psicoterapia è data per scontata e pertanto riconosciuta dal professionista soltanto quando essa si esprime entro quel linguaggio collusivo fatto di sintomi ed individui, a cui le esperienze resocontate ci mostrano che molte potenziali domande non intendono conformarsi. Crediamo che la competenza a imprendere in psicoterapia individui la possibilità di mettere a punto dispositivi di offerta che permettano l’espressione di domande non predefinite. Si tratta di una competenza a costruire setting e committenze.

Tenendo a mente la sproporzione tra domanda e offerta in psicoterapia rilevata dalla ricerca del CNOP, abbiamo avviato un lavoro di confronto, ricerca e analisi di competenze e metodi di intervento che nelle nostre esperienze hanno permesso di far esprimere domande di psicoterapia che ipotizziamo essere al di fuori del 2% rilevato dalle ricerche.

Abbiamo inteso questo passaggio del percorso come un lavoro di “modellizzazione” delle nostre esperienze imprenditive.

Per modellizzazione intendiamo l’individuazione di quei modelli teorici cui facciamo riferimento quando interveniamo. Qual è il *problema* di cui ci occupiamo? Quale competenza specifica mettiamo in campo nell’elaborazione e nella costruzione delle domande di intervento per trasformarle in offerte di servizi?

Nei vari incontri, prima solo tra noi sei e poi anche con i referenti dei diversi contributi coinvolti, abbiamo riconosciuto nella **competenza organizzativa** una categoria utile a rintracciare e nominare prassi di intervento efficaci, come anche l'importanza di identificare e raccontare i **prodotti** degli interventi.

Sulla base di questo lavoro di riflessione abbiamo ingaggiato gli autori interessati a rimettere mano ai contributi proposti nel seminario in funzione della pubblicazione.

Citiamo alcuni esempi di competenza organizzativa che abbiamo potuto recuperare durante questo processo:

- la competenza a ripensare al vissuto dei “lavoretti” del passato; → **Interventi che in alcuni casi vengono realizzati a partire dalla costruzione di quelli che definiamo come i “nuovi setting della psicoterapia”. “Psicoterapia nei contesti” che si caratterizza come prassi di intervento efficace perché fondata sull’esplorazione e conoscenza dei contesti - appunto - e delle culture collusive che li caratterizzano, che distinguiamo qui dalla “psicoterapia tradizionale” intesa come agito di una tecnica acontestuale e “privata” ovvero che si sottrae da processi di verifica e resocontazione.**
- la capacità di sviluppare rapporti di colleganza che sono già luogo di lavoro;
- la possibilità di intendere ciò che precede l’accesso allo studio privato come parte integrante del lavoro psicoterapeutico;
- la conoscenza di problemi incontrati entro diversi contesti di convivenza per costruire servizi in grado di occuparsene.

Fino a qui, tutto bene. Più o meno.

## **Il desiderio di colleganza come prodotto del processo di pubblicazione**

Dopo questo primo momento di riorganizzazione del gruppo degli autori, ci siamo confrontati con una ridefinizione della nostra domanda a pubblicare sulle esperienze imprenditive.

Ad oggi ci sembra di poter dire che eravamo interessati a trattare le nostre fantasie intorno alla libera professione e al posto fisso; fantasie che ci hanno fatto spesso oscillare entro vissuti di militanza (della serie “siamo i più fighi”) da un lato, e di sfigataggine dall’altro (ad esempio in quei momenti in cui pensavamo “ma chi ce lo fa fare” ed evocavamo stipendi e concorsi per l’insegnamento).

A questo proposito è molto interessante il significato etimologico del termine “impresa”.

Impresa viene da *imprendere*, ovvero ciò che qualcuno smuove e che comincia a fare.

In letteratura, l’impresa era l’unione di un’*immagine simbolica* e un *motto* (generalmente in lingua latina) e veniva scelta dai gentiluomini per significare (anche in modo oscuro e cifrato) una precisa intenzione o un vero e proprio proposito morale. La moda di “fare imprese” sembra sia stata portata in Italia dagli ufficiali di Carlo VIII e solo in seguito, per spirito di emulazione, anche i cavalieri italiani hanno iniziato a “imprimere” sulle armi e le bandiere delle figure, che consentissero il **riconoscimento delle milizie nella mischia e stimolassero il coraggio dei duellanti** [...]. L’origine francese appariva, perciò, quasi naturale per una moda considerata in genere cavalleresca, e non è un caso che le prime raccolte contenessero esclusivamente imprese «amoroze e militari». L’impresa viene definita come «**una filosofia del cavaliere**»: gli antichi si sarebbero serviti delle favole per nascondere al volgo i segreti delle scienze speculative: “come il filosofo sotto le favole cominciò a spiegare i segreti suoi meravigliosi e divini per farsi intendere da alcuni e non da tutti, così il cavaliere **per spiegare ad alcuni e non a tutti il suo intendimento ricorse alle finzioni delle imprese**” ([http://www.italianisti.it/upload/userfiles/files/Mafuta\\_Ma\\_Natalie\\_1.pdf](http://www.italianisti.it/upload/userfiles/files/Mafuta_Ma_Natalie_1.pdf)).

Riportiamo questo utilizzo del termine impresa perchè spesso ci siamo sentiti attratti dai “miti fondativi” delle nostre esperienze. Mitizzazione che mettiamo in rapporto alla difficoltà di darci riscontri e di parlare di esperienze, prodotti e desideri.

Confrontarci, darci riscontri, esplicitare insieme il senso delle azioni imprenditive ci fa esporre e ci chiede di stare sulla **realtà dell'imprendere**, di vederne limiti e risorse, di ripiegare le nostre fantasie mitiche della professione.

In questo senso l'appartenenza a SPS può essere intesa come militanza reattiva al sentirsi parte di una minoranza o può essere utilizzata per la promozione di una cultura professionale che condividiamo.

Capiamo a questo punto che il lavoro che abbiamo avviato per questa pubblicazione ci sta aiutando a riconoscere il legame tra desiderio professionale e rischio di impresa. Il desiderio di guadagnare si allontana finalmente dalle fantasie di rivalse e si organizza attorno alla possibilità di fare il nostro lavoro seriamente.

Il rischio di impresa allora, pur continuando ad oscillare tra il timore di non farcela e l'aspirazione alla riuscita, è sostenuto da un “ripiegato senso di fiducia” nelle possibilità di sviluppo e applicazione del nostro tanto amato quanto odiato modello dell'analisi della domanda.