

COMMISSIONE ATTI TIPICI, OSSERVATORIO
E TUTELA DELLA PROFESSIONE

DIGITALIZZAZIONE DELLA PROFESSIONE E DELL'INTERVENTO PSICOLOGICO MEDIATO DAL WEB

Coordinatrice

ANTONELLA BOZZAOTRA,

Componenti

ULDERICO CICONI, LUIGI DI GIUSEPPE,
TANCREDI DI IULLO, STEFANO MANZO,
LUCA PIERUCCI





CONSIGLIO
NAZIONALE ORDINE
DEGLI PSICOLOGI

COMMISSIONE ATTI TIPICI, OSSERVATORIO E TUTELA DELLA PROFESSIONE

Istituita con delibera n. 23 nella seduta del 05 settembre 2014
del Consiglio Nazionale.

Documento recepito dal Consiglio Nazionale nella seduta
del 3 marzo 2017, con delibera n. 12.

2017 Stampato in Italia

ART DIRECTOR: EMANUELE RAGNISCO
IMPAGINAZIONE: MIRELLA DI BIAGIO *per* MEKKANOGRAPHICI ASSOCIATI
STAMPA: TIPOGRAFIA OSTIENSE, ROMA

Sommario

PREFAZIONE	7
● Cap. 1 - Atti Tipici e funzioni della Commissione	9
ATTI TIPICI DA TUTELA A PROMOZIONE	12
ATTI TIPICI DECLINATI ENTRO SPECIFICI CONTESTI	14
ATTI TIPICI IN UN CONTESTO SPECIFICO: IL RAPPORTO TRA PROFESSIONISTA E CLIENTE MEDIATO DALLE NUOVE TECNOLOGIE	15
SCOPO E OGGETTO DEL DOCUMENTO	16
PROPOSTE OPERATIVE ED AZIONI STRATEGICHE	19
● Cap. 2 - Accesso all'informazione: Google lo stargate degli psicologi	21
LA MEDIAZIONE TECNOLOGICA: UNA PREMESSA	21
LA DIGITALIZZAZIONE DELLA REALTÀ	24
DIFFUSIONE NEL MONDO	27
DIFFUSIONE IN ITALIA	28
STILI DI CONSUMO E TEMPO TRASCORSO SUI SOCIAL	29
IL MOBILE	30
COSA SI FA IN RETE?	30
TRAFFICO E CANALI D'ACCESSO ALL'INFORMAZIONE	31
GOOGLE UNICO COLLO DI BOTTIGLIA DELL'INFORMAZIONE	32
LIMITI E POSSIBILITÀ DI GOOGLE	34
L'INTELLIGENZA DEI SOCIAL NETWORK	34
IL DIGITAL PROFESSIONAL DIVIDE	35
AZIONI DI CONTRASTO	36
● Cap. 3 - L'intervento psicologico digitalizzato	39
TECNOLOGIE CON FUNZIONI DI AUSILIO	39
LA RETE UN PRETESTO O UN CONTESTO D'ESERCIZIO?	39
IN COSA CONSISTONO LE PRESTAZIONI PSICOLOGICHE ON LINE? DEFINIZIONE	40
STRUMENTI CARATTERIZZANTI L'INTERVENTO PSICOLOGICO ON LINE	42
PERCHÉ OCCUPARCI DELLE PRESTAZIONI PSICOLOGICHE ON LINE	43
VANTAGGI	43
CRITICITÀ	46

● Cap. 4 - Dallo smartphone al neurochip: ibridazioni e tecnologie sostitutive	57
IBRIDAZIONI E TECNOLOGIE SOSTITUTIVE	57
PREVENZIONE	61
COUNSELLING	62
REALTÀ VIRTUALE	63
IL MONDO DELLE APP	65
● Cap. 5 - Promozione ed etica della professione	71
UNO SGUARDO ALLE ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI	71
LA RICERCA: COMPARAZIONE DEI CODICI E I SETTE DOMINI ETICI (VERSO LE LINEE GUIDA)	72
● Cap. 6 - Linee Guida per le prestazioni psicologiche via internet e a distanza	79
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	82
SITOGRAFIA	85
AUTORI	86

Prefazione di

FULVIO GIARDINA

PRESIDENTE CONSIGLIO NAZIONALE ORDINE DEGLI PSICOLOGI

ROMA 5 APRILE 2017

“Noi non abbiamo piani d'emergenza per la fine del mondo, non costruiamo bunker. Per noi la parola chiave è “engage”: confrontarsi, discutere, spiegare, cercare di convincere.”

LUCA MAESTRI, CHIEF FINANCIAL OFFICER, APPLE, 2017

Mi piace, per il ruolo che svolgo quale presidente nazionale, e per il fatto di essere psicologo, immaginare come vivremo nel nostro prossimo futuro, non nel mondo immaginario della fantascienza, ma proprio tra venti / trent'anni.

Del resto, il contributo che possiamo dare allo sviluppo del paese è proprio quello di accompagnarlo verso quei processi di cambiamento virtuosi che abbiano come obiettivo il miglioramento della qualità della vita, il benessere individuale e collettivo, e - perché no - la felicità.

Le cosiddette nuove tecnologie hanno radicalmente modificato il nostro stile di vita, il nostro modo di relazionarci col mondo, il nostro modo di vivere le emozioni, di progettare la vita.

Si tratta di una trasformazione epocale perché è avvenuta nell'arco di pochi anni. Già il bambino di oggi ha una capacità manipolativa nell'utilizzazione di strumenti informatici assolutamente non verificabile appena dieci anni fa.

Le nanotecnologie sono in grado di modificare la materia fin dalle basi infinitesimali, a livello di atomo, di molecola.

J. P. Sauvage, F. Stoddart e B. Feringa hanno ricevuto il premio Nobel 2016 per la chimica per la progettazione e la sintesi di “macchine molecolari”, pensate e progettate alla stregua di macchine macroscopiche d'uso quotidiano.

E allora, compito degli psicologi, dei professionisti che fanno della relazione con l'altro la base di ogni intervento, è quello di conoscere e anticipare gli eventi, immaginando come sarà la società nel suo insieme tra qualche anno, e in particolare come saranno le reti sociali di assistenza e tutela della salute.

Il periodo della grande ospedalizzazione, che ha caratterizzato il secolo scorso, facendo seguito alla visione dell'ospedale fino all'ottocento come luogo degli incurabili, non è più plausibile con le esigenze di una nuova società.

E non vi è alcun dubbio che la scienza, quella medica in particolare, ha raggiunto obiettivi inimmaginabili, basti pensare oggi alla ordinarietà dei trapianti, che rientrano pienamente nei livelli essenziali di assistenza (LEA). Il futuro della tutela della salute verterà nella maggior parte delle risorse, degli interventi e delle strutture sulla prevenzione, sull'utilizzazione di corredi diagnostici e strumentali altamente sofisticati.

Un recente studio dell'Università di Oxford (C.B. Frey, M.A. Osborne, 2017) segnala che in un ventennio negli U.S.A. il 47% delle prestazioni lavorative sarà automatizzato, comprese quelle mediche.

In altre parole, saremo sempre più padroni della nostra parte biologica, col rischio di illuderci di saper governare la macchina umana.

Proprio allora, lo psicologo dovrà saper leggere e cogliere i nuovi bisogni dell'individuo, come l'architetto, che assembla in una visione globale e armonica del progetto, gli interventi altamente specializzati dei tecnici, degli ingegneri.

Una professione moderna si evolve, si adegua alle risorse che la tecnologia fornisce, senza perdere però i riferimenti valoriali che la caratterizzano, senza sminuire i principi deontologici che l'hanno resa credibile.

In questa prospettiva la Commissione del Consiglio Nazionale "Atti Tipici, Osservatorio e Tutela della Professione", coordinata dalla dottoressa Antonella Bozzaotra, offre ampia e documentata riflessione su tutti gli aspetti deontologici e procedurali della professione di psicologo correlati con le tecnologie informatiche nel documento *"Digitalizzazione della professione e dell'intervento psicologico mediato dal web"*.

È un testo bene articolato, di facile lettura, che coniuga la definizione degli atti tipici della professione con tutta la tipologia delle tecnologie informatiche e dei social, ad uso non solo degli specialisti, ma anche di chiunque abbia interesse verso l'innovazione.

Mi auguro che la lettura di questo documento possa facilitare gli psicologi e gli psicoterapeuti verso l'inevitabile percorso di cambiamento, senza smarrire mai la loro identità professionale.

● CAPITOLO 1

ATTI TIPICI E FUNZIONI DELLA COMMISSIONE

L'istituzione della commissione **Atti Tipici** nasce su mandato del CNOP con l'obiettivo di realizzare pareri¹ sugli atti caratterizzanti ed esclusivi, che possano servire quali strumenti a tutela e promozione della professione.

La funzione di tutela si realizza attraverso la valorizzazione e il riconoscimento esclusivo delle competenze (teoriche, metodologiche, di teoria della tecnica) che fondano l'intervento psicologico, e, sul prendere le distanze da tutte quelle attività che fanno un uso improprio o abusivo delle competenze e delle tecniche psicologiche.

La promozione invece è definibile come un'azione strategica finalizzata a produrre conoscenza e consenso. Promozione e consenso sono aspetti inscindibili e in relazione tra loro.

In particolare va detto, in premessa, che l'intervento e l'azione psicologica trovano il proprio fondamento e possibilità d'esercizio proprio nella legittimazione e nel consenso. Il processo di legittimazione di cui gli **Atti Tipici** sono parte, è in continua trasformazione entro le più differenti sedi (istituzionali e non): Ordini, Università, media, internet. Possiamo sostenere che la legittimazione per "mandato sociale" tutela prevalentemente le dimensioni *conformi* alla norma della professione. Il consenso invece non ha a che fare solo con norme e valori prestabiliti poiché deve necessariamente mediare con la domanda, con il mercato, con i mutamenti che la realtà impone, comportando necessariamente il consenso tra gli interlocutori.

Per capire l'importanza che assumono gli **Atti Tipici** è necessario comprenderne la funzione normativa e tutelante l'esercizio delle professioni intellettuali, regolate dal codice civile. Il codice difatti distingue le professioni intellettuali protette, cioè quelle per le quali la legge obbliga

¹ I pareri hanno la funzione di chiarire ed estendere, attraverso un'analisi epistemologica, di teoria della tecnica e giurisdizionale, le motivazioni a sostegno dell'esclusività dell'intervento psicologico entro alcune aree non normate. In particolare riformulando alcuni concetti che possono circoscrivere in modo riduttivo l'azione psicologica.

all'iscrizione agli albi o specifici elenchi, da quelle non protette, che non prevedono il vincolo dell'iscrizione a un albo. Va ulteriormente precisato che vi sono professioni protette (ad es. avvocato) all'interno delle quali si deve distinguere fra prestazioni esclusive o tipiche, riservate agli iscritti all'apposito albo, e prestazioni non esclusive o atipiche, che sono in genere eseguite da iscritti all'albo, ma che possono essere fornite da chiunque, anche se non iscritto all'albo professionale.



Figura 1 - Schema di sintesi delle prestazioni professionali

Questa distinzione appare rilevante poiché costringe ad esplicitare all'interno delle professioni protette (leggasi psicologo) quelle prestazioni o atti che sono ad esclusivo operato dello psicologo da quelli altrimenti realizzabili da altri professionisti non necessariamente iscritti all'albo (per una sintesi schematica si osservi la figura 1 in alto).

L'esclusività degli **Atti Tipici** dello psicologo è sancita:

1. Dalla Legge 56/89 (in particolare tutti gli atti definiti dall'articolo 1: diagnosi, prevenzione, abilitazione, riabilitazione, sostegno, ricerca e formazione) e sostenuta dalla Legge n. 4 del 14/01/2013 relativa alle disposizioni in materia di professioni non regolamentate².

² <http://www.altalex.com/documents/leggi/2013/02/05/professioni-non-regolamentate-la-legge-pubblicata-in-gazzetta>.

2. Dal riconoscimento delle prestazioni psicologiche entro l'egida delle prestazioni sanitarie che per definizione sono tutte esclusive³.

Riguardo quest'ultimo punto (le prestazioni psicologiche sono esclusive poiché appartenenti alle prestazioni sanitarie), va precisato che la posizione della figura dello psicologo entro il contesto sanitario presenta ancora delle anomalie poiché non rientra a pieno titolo entro le professioni sanitarie. Tuttavia, il documento⁴ prodotto dall'attuale commissione, è stato recepito dal Ministero della Salute e inserito nel DDL Lorenzin approvato in Senato in data 26/04/2016. Il decreto Lorenzin contempla il pieno riconoscimento del valore della professione psicologica per lo sviluppo e la tutela della salute e per tale motivo la ricomprende tra le professioni sanitarie. La definitiva approvazione del DDL Lorenzin anche da parte dell'altro ramo del Parlamento consentirà il definitivo passaggio sotto il Ministero della Salute, sancito dall'articolo 4 del decreto, inoltre sarà possibile godere di norme più stringenti e severe in caso di esercizio abusivo della professione, come riportato all'articolo 5⁵.

Il risultato fondamentale ottenuto, che sancisce un pieno riconoscimento dello psicologo tra le professioni sanitarie, non esaurisce certamente il lavoro di tutela, necessario ad arginare la permeabilità dei confini con discipline altre in mimesi con la psicologia e, quello della promozione della professione come si accennava inizialmente.

La presente Commissione infatti - facendo tesoro dei risultati prodotti con i precedenti pareri e rileggendoli alla luce delle attuali disposizioni in termini di legge e di repentino mutamento di scenario delle attività - ha ritenuto prioritario adottare e promuovere le seguenti linee strategiche per stilare il presente parere:

1. Promuovere un viraggio degli **Atti Tipici** da: **operazioni di tutela verso operazioni di promozione della professione** (dalla legittimazione per mandato sociale alla costruzione del consenso)

³ Con **Atto Tipico** si intende un'azione di natura esclusiva della specifica prestazione professionale. Va precisato che tutti gli atti della professione psicologica sono protetti ed esclusivi poiché rientranti nella grande famiglia delle prestazioni sanitarie che sono tutte per definizione esclusive.

⁴ Al seguente link il documento realizzato dalla "Commissione Atti Tipici, Osservatorio e Tutela della Professione" presentato al Ministero <http://www.psy.it/allegati/2015-la-professione-di-psicologo.pdf> (Bozzaotra, Di Iullo, Manzo & Pierucci, 2015).

⁵ Di seguito il link del DDL <http://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/Ddliter/43994.htm>

2. Declinare gli **Atti Tipici entro specifici contesti di intervento**
3. Analizzare uno specifico contesto emergente: il **rapporto tra professionista e cliente mediato dalle nuove tecnologie**

Atti Tipici da tutela a promozione

Relativamente al primo punto è da rilevare che al fine di tutelare la professione, le precedenti commissioni hanno lavorato sull'individuazione degli **Atti Tipici** caratterizzanti la professione psicologica e su una loro più precisa definizione e articolazione⁶.

In particolare in riferimento al primo parere prodotto “*Parere sulla diagnosi psicologica e psicopatologica*” si rileva come sia stata forte l'esigenza di dare corpo a quanto stabilito nell'art. 1 della Legge 56/89 che, nella sua sinteticità, non rende conto della complessità dei contenuti connessi alla professione. L'articolo 1 della Legge 56/89 relativa all'Ordinamento della Professione di Psicologo recita:

“Articolo 1. Definizione della professione di psicologo

1. La professione di psicologo comprende l'uso degli strumenti conoscitivi e di intervento per la prevenzione, la diagnosi, le attività di abilitazione-riabilitazione e di sostegno in ambito psicologico rivolte alla persona, al gruppo, agli organismi sociali e alle comunità. Comprende altresì le attività di sperimentazione, ricerca e didattica in tale ambito.”

Dal presente articolo desumiamo espressamente le seguenti azioni caratterizzanti l'intervento psicologico:

- Le attività e le funzioni connesse alla Prevenzione
- Le attività e le funzioni connesse alla Diagnosi
- Le attività e le funzioni connesse all'Abilitazione
- Le attività e le funzioni connesse alla Riabilitazione
- Le attività e le funzioni connesse al Sostegno
- Le attività e le funzioni connesse alla sperimentazione, ricerca e didattica in tale ambito

⁶ Si legga il primo documento prodotto nel 2009 “*Parere sulla diagnosi psicologica e psicopatologica*” al seguente link: http://www.psy.it/allegati/documenti_utili/parere_diagnosi_CNOP_2009.pdf (S. Vanoni, Giardina, F., Micozzi, M., Palma, G. L., Porcelli, P., Sartori, G., Tonzar, C., 2009).

- Implicita e sovraordinata a tutte queste attività, vi è quella del Counselling ovvero della Consulenza Psicologica.

L'articolo 3 della Legge 56/89 sancisce invece l'esercizio dell'attività psicoterapeutica quale atto tipico dello psicologo e del medico specializzati in psicoterapia.

La maggior parte di tali funzioni/atti, se escludiamo la psicoterapia, sono sovrapponibili a diverse professioni rendendo particolarmente complessa la possibilità di articularne le differenze. Ciò si rivela particolarmente vero per il Counselling, termine del quale si è ampiamente abusato nel tempo venendo spesso a confondersi con altre professioni in mimesi con la professione psicologica.

Il primo parere realizzato dalla Commissione sugli **Atti Tipici** si è concentrato sugli **Atti Tipici** caratterizzanti la Diagnosi Psicologica e Psicopatologica ed ha contribuito in modo sostanziale a definire le attività connesse alla Diagnosi ampliando e specificando gli aspetti contenutistici accanto a quelli formali definiti dal Legislatore. Un lavoro fondativo che intendeva rispondere alla domanda **cosa sono e quali sono** gli **Atti Tipici** della professione di psicologo.

La presente Commissione riconosce che il lavoro di tutela di diritto, dall'alto cioè per mandato sociale, degli **Atti Tipici**, è fondamentale, ma deve essere affiancato da strategie tese a valorizzare e sensibilizzare in modo appropriato l'opinione pubblica sull'operato dello psicologo e sulla sua competenza che poggia su solide basi scientifiche e deontologiche. Tali scelte nascono a seguito delle analisi e riflessioni relative a:

- Attuali mutamenti politico-sociali, in particolare le evoluzioni legislative in tema di liberalizzazione delle professioni, grazie anche al decreto Bersani⁷
- Stravolgimenti dei mercati, dei servizi e delle professioni a seguito dei mutamenti sociali e tecnologici quali la globalizzazione, la digitalizzazione delle attività, l'avvento di internet con l'orizzontalizzazione dei rapporti (Manzo, 2012).

⁷ Legge Bersani: Testo del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223 recante: «Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale.» (GU n. 186 del 11.8.2006 - Suppl. Ordinario n. 183).

Tutto ciò costringe i professionisti ad un ampliamento delle strategie necessarie ad affrontare la flessibilità che il mercato impone.

Atti Tipici declinati entro specifici contesti

Relativamente al secondo punto, il documento prodotto dalla Commissione **Atti Tipici** della successiva consiliatura testimonia dell'ulteriore sforzo compiuto nella direzione di un viraggio fondamentale: dalla definizione di atto a quella di funzione professionale, permettendo così l'attuale ampliamento dal *cosa* sono gli **Atti Tipici** al *come* questi assumano valenza e funzione solo in ragione di uno specifico contesto di intervento⁸. Si ritiene infatti che l'azione professionale non sia la semplice applicazione di una tecnica scotomizzata dal contesto, ma un intervento che sappia mettere in relazione la specifica e contingente domanda del cliente⁹ (Carli, Grasso, & Panicia, 2007) con le competenze del professionista. Ciò sottolinea quanto l'azione professionale psicologica sia caratterizzata da una sua organicità e capacità di saper *interpretare* i contesti e non nella brutale esecuzione di una tecnica, scotomizzata da obiettivi e scopi.

Pertanto il lavoro sugli **Atti Tipici** non può essere solo un lavoro di tutela, basato su principi teorici e generali della scienza psicologica, ma deve necessariamente abbracciare anche il tema della domanda e dei bisogni dei contesti che incontra, cioè intrecciarsi al tema della **professione nel suo farsi pratica**. Si ritiene in altre parole, che **la politica di promozione culturale della professione vada sostenuta attraverso un'attenta analisi del rapporto tra committenza e identità professionale**¹⁰.

Facendo proprio il linguaggio di senso comune, che assimila il concetto di *contesto* a quello di *ambito di esercizio, luogo dell'intervento*, ci riferiamo

⁸ Parere sulla promozione e prevenzione in ambito psicologico 2012 al seguente link: <http://www.psy.it/allegati/promozione-e-prevenzione.pdf> (S. Vannoni, Barcucci, P., Manzo, S., Pezzullo, L., 2012).

⁹ Con il termine *cliente* intendiamo una funzione: la funzione cliente può essere esercitata da una organizzazione, un'azienda, una famiglia, una singola persona. Il cliente entro quest'ottica è un modello di rapporto individuo contesto. Per un'articolazione del costrutto si veda *La formazione alla psicologia clinica. Pensare emozioni* (Carli et al 2007).

¹⁰ A tal fine appare strategica la proposta della costituzione di un osservatorio permanente sulla professione che faccia luce su quei contesti professionali entro i quali la nostra presenza è poco rappresentata ed esplori quelle possibilità/opportunità che la psicologia potrebbe aggiungere entro questi spazi (Esplorare possibili nuovi esercizi e committenze della professione).

qui con il termine *contesto* alle condizioni ambientali entro le quali si manifesta ed anche in alcuni casi, eroga, la prestazione professionale. A tal fine diviene fondamentale rilevare, distinguere ed analizzare le possibili differenze sussistenti entro i diversi contesti di applicazione e ricadute delle azioni del professionista, dei limiti e delle possibilità offerte soprattutto entro i nuovi scenari così come indicato anche nel meta-codice etico della Federazione Europea delle Associazioni di Psicologi (in particolare come indicato nel punto 3.2.3)¹¹ e dall'EFPA¹².

Atti Tipici in un contesto specifico: il rapporto tra professionista e cliente mediato dalle nuove tecnologie

L'attuale Commissione ha scelto come primo tema di sviluppo per la promozione degli **Atti Tipici**, l'analisi del rapporto tra psicologo e cliente mediato dalle nuove tecnologie di comunicazione a distanza.

Tale scelta è maturata in seguito all'osservazione **dell'incremento esponenziale** che i nuovi sistemi di informazione e conoscenza, comunicazione e socializzazione, stanno producendo giorno per giorno nella nostra vita quotidiana rendendola sempre più interconnessa e alla necessità di comprenderne il senso, regolamentarne il funzionamento, promuoverne lo sviluppo, sancirne l'efficacia.

Le nuove tecnologie difatti, stanno stravolgendo radicalmente le nostre abitudini e prassi in ogni ambito dello scibile umano, è una rivoluzione che giocola ci vede coinvolti, sia in qualità di spettatori sia di attori, con rilevanti responsabilità sul futuro della professione. Le nuove tecnologie a nostro avviso, costituiscono una direttrice di sviluppo e contestualmente sono il luogo entro il quale si sta giocando una partita importante: **il confronto generazionale**.

L'analisi dell'intervento psicologico mediato dalle nuove tecnologie riveste un interesse strategico per una serie di motivi e implicazioni:

¹¹ Obbligo di bilanciare il bisogno di essere cauti quando si usano nuovi metodi, con la consapevolezza che nuove aree di pratica e nuovi metodi continueranno ad emergere e che ciò costituisce uno sviluppo positivo. Si veda il documento al seguente link: <http://www.inpa-europsy.it/metacodiceetica.pdf>.

¹² "Each EFPA member Association should produce a statement which addresses the ethical issues concerned with provision of psychological services on the Internet or at a distance". EFPA. The provision of psychological services via the internet and other non-direct means (EFPA, 2006).

prime fra tutte **l'incremento costante di professionisti** che ne fanno uso anche a seguito della **crescente domanda di psicologia da parte dell'utenza** (si veda in questo documento la sezione relativa ai risultati della ricerca condotta dall'Ente di Ricerca Anima). In secondo luogo perché tale fenomeno (l'intervento psicologico on line) presenta delle caratteristiche di unicità e novità tali da richiedere un'**approfondita analisi epistemologica, deontologica ed empirica** prima ancora che di metodo. La novità e la rapidità che porta in sé e le ricadute applicative che ne emergono, prive di una regolamentazione e riflessione accurata, sono alla base, a nostro avviso, della caoticità riscontrata nella pratica (Manzo, Cannata & Cuccurullo, 2015) che mette a repentaglio tanto la trasparenza, la reputazione e la competenza del professionista, quanto la confusione e l'incertezza dell'utenza. Questo spazio digitale, questo non-luogo, necessita di essere compreso e presidiato perché nella caoticità che l'attraversa guadagnano metri professioni altre e nell'ombra si annidano grandi Compagnie che hanno intravisto nel settore psicologico ampie fette di mercato sulle quali investire, svendendo frequentemente, quelle competenze e prassi tipiche dello psicologo (Cipresso & Riva, 2016, Giuseppe Riva, 2004; 2016).

Le questioni su esposte (gli aspetti epistemologici, l'analisi del fenomeno e la sua diffusione, le implicazioni teoriche e risultati sull'efficacia, gli aspetti normativi ed etici) costituiscono il corollario ed il precipitato entro il quale e tramite il quale abbiamo realizzato le linee guida operative che qui presenteremo.

Scopo e oggetto del documento

Il presente documento individua specifiche azioni (politiche di comunicazione, di sensibilizzazione, di certificazione) strategiche allo **sviluppo** e alla **promozione** della professione e di **sensibilizzazione e tutela** dell'utenza.

Il parere, che accompagna le linee guida, ha lo scopo inoltre di illustrare e ampliare lo sguardo del professionista alle implicazioni che la tecnologia sta determinando nel nostro lavoro, ciò allo scopo anche di comprenderne le immense risorse e i possibili sviluppi. Riteniamo infatti che questa felice interconnessione sia lo spazio entro il quale lo psicologo può svolgere, tra le altre, una **funzione di consulenza** fondamentale,

ponendo al servizio della tecnologia tutta la competenza necessaria alla costruzione di **strumenti pensati entro categorie psicologiche**. Nel seguito del documento presenteremo un ampio ventaglio di esempi utili a comprendere in che modo ed entro quali scenari la competenza del professionista appare oltre che utile **indispensabile**.

In primis si vuole chiarire **l'impatto** delle nuove tecnologie e le **funzioni** che lo psicologo può ritagliarsi entro tale ambito. Affrontare, infatti, brutalmente l'argomento dell'intervento psicologico on line senza aver chiarito con precisione una serie di elementi che fungono da premesse rischierebbe di appiattire un parere in un nomenclatore di prassi normative.

Questo aspetto è centrale perché chiarisce anche la natura del presente parere che mira ad evidenziare, esaltare e dar rilievo non solo all'intervento psicologico *tout-court*, ma anche alla funzione **consulenziale** e a quella di promozione di culture d'uso appropriate ai nuovi contesti di socializzazione, che lo psicologo *deve* svolgere entro questi ambiti¹³ nei quali come vedremo, lo psicologo sebbene *strategico* è *paradossalmente* assente.

Con questo documento vogliamo iniziare a rispondere alla seguente domanda: **in che modo l'impatto delle tecnologie sta cambiando la professione dello psicologo?** E suggerire alcune direttrici di sviluppo e azioni strategiche. A tal fine è utile precisare anche i **limiti** del presente documento. Affrontando, infatti, in modo più analitico il tema dell'impatto delle nuove tecnologie di comunicazione sulla professione psicologica ci si confronta con l'eterogeneità di questo mondo, caratterizzato da dispositivi, tools, modalità di socializzazione e interazione affatto differenti, non riducibili, spesso incommensurabili. In ragione di questa ricchezza e complessità abbiamo segmentato gli ambiti di interesse e di influenza per la professione, entro **alcuni macro temi**:

1. L'accesso all'informazione: le nuove tecnologie digitali hanno modificato l'accesso alla conoscenza e alla ricerca di informazioni e stravolto il modo di informarsi riguardo la propria salute, il proprio benessere e

¹³ Tra gli **Atti Tipici** del professionista rientrano a pieno titolo la sperimentazione e la ricerca negli ambiti su evidenziati.

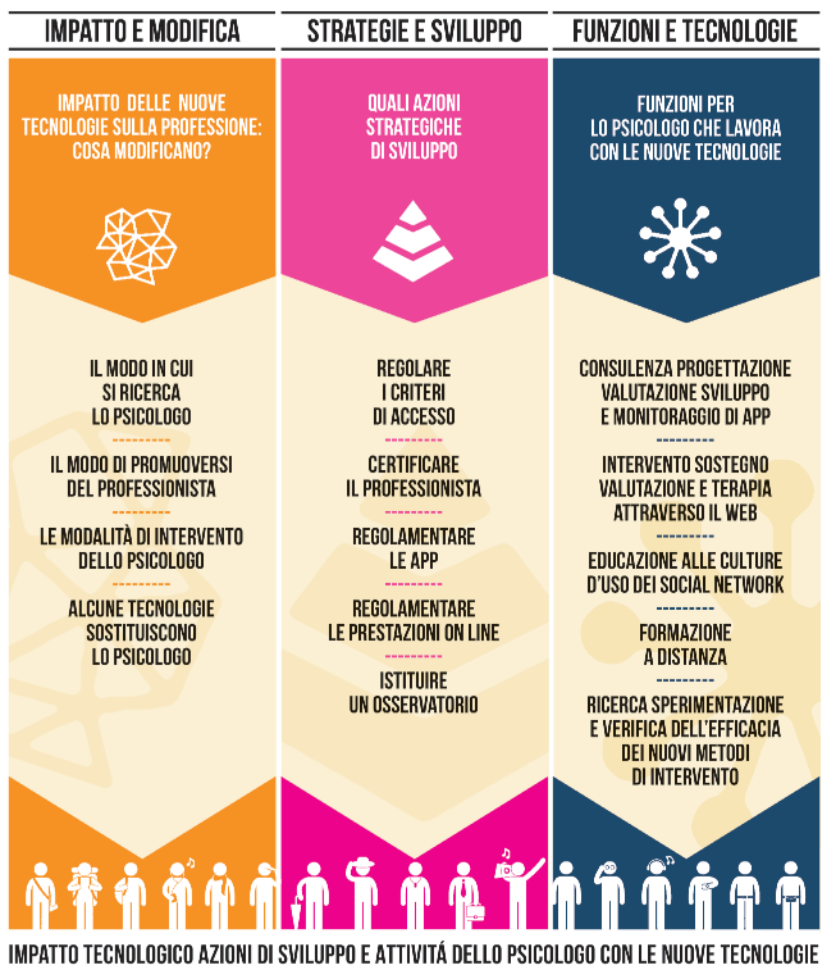


Figura 2 - Impatto tecnologico Azioni di sviluppo e Attività dello psicologo con le nuove tecnologie

alle modalità di ricerca e rapporto delle figure professionali in grado di rispondere a tali domande. Vedremo come tale aspetto solleva questioni molto rilevanti in merito all'immagine e alla promozione del professionista psicologo e come siano necessarie azioni politiche-strategiche al fine di migliorarne il posizionamento e tutelarne la legittimità.

2. La mediazione digitale nell'intervento psicologico: le nuove tecnologie digitali di comunicazione svolgono una **funzione di ausilio**

all'intervento psicologico e hanno modificato alcuni assunti alla base della relazione psicologo-cliente. Vedremo come questo possa costituire un volano di sviluppo e promozione della professione una volta regolamentato.

3. Tecnologie sostitutive e regolamentazione delle App Psicologiche: alcune tecnologie stanno svolgendo anche una **funzione sostitutiva dello psicologo**. Entro quest'area il mondo della professione psicologica può svolgere un ruolo di primo piano.

4. Culture d'uso dei dispositivi digitali e dei social: alcune tecnologie, in particolare i social network, possono presentare dei potenziali rischi per le persone (forme di cyberbullismo, stigma, pedo-pornografia, violenza, isolamento e dipendenza) se usati in modo improprio. La consapevolezza dei mezzi utilizzati e del potere amplificante che possiedono sono le premesse necessarie ad un uso corretto e consapevole del quale gli psicologi dovranno sempre più farsi carico con una veste e funzione psicologico-educativa.

Sebbene nel seguito del documento esploreremo alcune di queste aree al fine di presentarne le caratteristiche salienti, l'oggetto del presente parere è **l'intervento psicologico on line** che costituisce anche l'oggetto delle linee guida. Si ritiene, infatti, data la complessità e la vastità degli argomenti, che ciascuna area evidenziata vada approfondita attraverso un lavoro specifico, al quale si rimanda con la realizzazione di specifici pareri.

Proposte operative ed azioni strategiche

Entro le aree su evidenziate, il presente documento intende suggerire una serie di possibili azioni/prodotti che qui riportiamo in forma schematica e che attraverso il parere proveremo a giustificare punto per punto:

- Regolamentazione dei canali d'accesso per la professione
- Certificazione digitale della professione
- Comunicazione capillare all'utenza
- Regolamentazione delle *App psicologiche*
- Nuova normativa delle Linee Guida
- Istituzione di un Osservatorio permanente sul fenomeno.

La commissione si è avvalsa dell'esperienza dei maggiori esperti sul tema al fine di redigere un documento attuale aggiornato agli ultimi sviluppi, sia in termini di prodotti che di ricerca e, tale documento, integrato con un'analisi della **produzione dei codici etici dei principali paesi nel mondo** ha costituito la sintesi attraverso la quale realizzare le **nuove linee guida** (allineate allo sviluppo raggiunto da più di 14 Nazioni) che ci auguriamo siano acquisite come Gold Standard in tema di nuove tecnologie. A sostegno quindi dell'articolato si presenterà l'analisi attuale del fenomeno e le premesse teoriche e le ricerche pratiche che ne hanno sostanziato la realizzazione.

ACCESSO ALL'INFORMAZIONE: GOOGLE LO STARGATE DEGLI PSICOLOGI

Prima di approfondire il tema relativo a come stia cambiando il nostro modo di conoscere e di informarci a seguito dello sviluppo delle nuove tecnologie di comunicazione, riteniamo utile condividere il modo in cui abbiamo inteso in senso generale la *tecnologia* e poi più nello specifico alla funzione che possono svolgere le nuove tecnologie di comunicazione digitale nell'ambito del nostro contesto professionale.

La mediazione tecnologica: una premessa

Potremmo sostenere senza timore di sbagliare, che l'uomo è tale in quanto uomo tecnologico, cioè **produttore di strumenti**. La capacità di produrre strumenti ha mediato le necessità dell'uomo (procacciarsi cibo, difendersi, proteggersi e proteggere la propria prole) con l'ambiente circostante, consentendogli di sopravvivere e soddisfare i propri bisogni, affrancandosi dall'immediatezza del proprio campo percettivo, dalla realtà *immediata* che lo circonda. *L'Homo Technologicus* (Longo, 2001) in quanto specie è caratterizzato dalla capacità di prevedere e pianificare le proprie azioni in vista di uno scopo e di mediare attraverso i suoi artefatti (tecnologie umane) il rapporto con il reale.

Il processo co-evolutivo dell'uomo con il suo ambiente è stato ed è quindi un rapporto caratterizzato dalla **mediazione** attraverso la **costruzione** di artefatti tecnologici: dalla **selce** sino allo **smartphone**. Questa secrezione oggettuale quale frutto dell'opponibilità dei pollici come sappiamo è alla base della nostra possibilità di controllare e gestire il mondo circostante perché i nostri artefatti hanno la funzione di *estendere* la nostra biologia oltre i limiti: la selce per tagliare, l'arco per cacciare, il fuoco per portare la luce e il calore dove regna il buio e il freddo, i segnali di fumo per comunicare, sino alle chat e alla videoconferenza ai quattro angoli del mondo per farlo a distanza. La natura dei nostri artefatti non è solo materiale ma anche concettuale.

La nostra capacità di costruire artefatti coincide in modo più generale con una serie di competenze intraspecifiche umane tra le quali vi è

quella di poter operare (grazie alla nostra plasticità) attraverso **simboli**. In altre parole ci affranichiamo dall'interazione immediata con il nostro *humus* come invece avviene entro quelle forme di vita prive di un sistema nervoso (pensiamo ad esempio all'interazione che avviene a livello chimico) perché siamo in grado di interagire con il nostro ambiente mediante rappresentazioni simboliche dello stesso (attraverso una mappa dello stesso e non del territorio).

La capacità di operare per simboli (grazie al linguaggio umano) consente di distaccarci dalla prossimità e immediatezza del campo percettivo, dal qui ed ora dell'interazione, consentendoci di evocare contesti, scenari e oggetti non presenti nella realtà ma solo rappresentati e quindi di immaginare un prima e un dopo, una sequenzialità ed anche una causalità. Il linguaggio simbolico ci consente quindi di realizzare la temporalità, di fare previsioni degli eventi, in altre parole di **simulare** possibili scenari e azioni future, anticiparne i possibili esiti e, in ragione di queste previsioni, di costruire gli strumenti che ci consentiranno di sopravvivere.

Tali mezzi a loro volta, stravolgono sistematicamente e radicalmente la nostra organizzazione sociale, persino le dinamiche di relazione più nucleari. Pensiamo ad esempio alle radicali modificazioni della vita da quando grazie alla raccolta e all'addomesticamento degli animali si è passati da una cultura fondata sulla caccia, nella quale il rapporto con il territorio era nomade e contingente, subordinato al ciclo riproduttivo degli animali e delle piante (e quindi alla sua stagionalità), ad una fondata sull'agricoltura nella quale l'uomo sperimenta un forte senso di controllo e influenza sull'ambiente perché ne ha ora gestione grazie alla comprensione di alcuni suoi meccanismi e cicli e come ciò abbia completamente stravolto il senso di identità, appartenenza, e persino le dinamiche di rapporto (favorendo ad esempio culture endogame rispetto a quelle esogame dove lo scambio ai fini della sopravvivenza era fondamentale). Tra i processi coevolutivi più importanti ai fini del discorso che stiamo portando avanti vi è senza dubbio il grande balzo che l'umanità ha prodotto grazie alla scoperta del linguaggio e della scrittura.

In tal senso le intuizioni di McLuhan (McLuhan, 1989) su quanto i diversi **medium** siano in grado di riplasmare l'uomo appaiono fondamentali nel comprendere tali cambiamenti. McLuhan analizza i media

come estensioni dei sensi o dei processi umani e sostiene che l'uso di tecnologie diverse influisce sull'organizzazione dei sensi umani. McLuhan divide la storia in tre periodi principali: quello orale, quella della scrittura-stampa, e quello elettronico o digitale. Secondo McLuhan ogni periodo è caratterizzato dalla sua particolare interazione dei sensi e dunque da particolari forme di pensiero e di comunicazione. Secondo l'autore i media elettronici sono come un **prolungamento del nostro sistema nervoso** che circondano il pianeta. La diffusione dei media elettronici ha portato al coinvolgimento di ognuno nei problemi di chiunque altro e al declino di concetti creati dalla stampa come la delega dell'autorità, il nazionalismo e il pensiero lineare.

Chaytor ed Elisabeth Eisenstein hanno studiato il significato del passaggio dalla scrittura alla stampa (Chaytor, 1966; Eisenstein, 1979). Spesso si pensa alla stampa come una semplice *meccanizzazione* della scrittura ma Chaytor afferma che questo cambiamento ha alterato i concetti di stile letterario, ha creato un nuovo concetto di *autorità* e di proprietà intellettuale, ha alimentato la diffusione di sentimenti nazionalistici, ha modificato le interazioni psicologiche di parole e pensieri.

I teorici dei media non affermano che i mezzi di comunicazione modellano la personalità e la cultura in modo totale, ma che **i cambiamenti nei modelli comunicativi contribuiscono ampiamente al cambiamento sociale** e che questo aspetto è generalmente trascurato.

Parafrasando Marx in *Per la critica della filosofia del diritto di Hegel* (Marx, 1844) questi afferma: “*nella produzione sociale della loro esistenza, gli uomini entrano in rapporti determinati, necessari, indipendenti dalla loro volontà, in rapporti di produzione che corrispondono a un determinato grado di sviluppo delle loro forze produttive materiali*”.

Entro questa prospettiva il tipo di organizzazione sociale raggiunto da una data società è funzione del suo sviluppo produttivo e tecnologico e ne influenza (*determina*) i rapporti. La tecnologia non modifica soltanto la nostra visione del mondo e l'azione che possiamo compiere su, non è in altre parole soltanto una capacità di estendere i nostri sensi, ma agisce più in profondità modificando la nostra *epistemologia* e attraverso questa la nostra *ontologia* (Longo, 1998). L'epistemologia è quella branca della filosofia che si interroga sul modo in cui noi conosciamo *la realtà*. L'epi-

stemologia tenta di rispondere alla domanda: “*in che modo conosciamo ciò che c'è intorno a noi?*”

Le tecnologie appunto stravolgono le nostre consuetudini e al contempo forniscono nuove chiavi di lettura e interpretazione del reale e del rapporto con questi. In quanto interfacce interpretative del *reale*, le tecnologie offrono nuovi modi di interagire, ma anche di interpretare la realtà. Nel caso dei dispositivi di comunicazione digitali osserveremo come ci influenzano non tanto per i loro contenuti, ma perché sono in grado di modificare, per usare le parole di Meyrowitz la *geografia situazionale* della vita sociale (Meyrowitz, 1995). La mediazione tecnologica, che si realizza grazie alle tecnologie di comunicazione digitali, amplifica oltre misura questa potenzialità, poiché è un dispositivo che consente, come vedremo in seguito, di disaccoppiare gli attori nell'interazione e di automatizzarla, in alcuni casi di *simularla* per esplorarne le potenzialità e i possibili esiti.

La digitalizzazione della realtà

Fino a poco meno di venti anni fa le nostre fonti di conoscenza e informazioni erano per lo più il giornale cartaceo, la televisione, e, per la ricerca di fonti più accurate e scientifiche, le biblioteche e le Università. Il sapere sociale si è quindi espanso oltre le colonne d'Ercole fissate da chi ne era il custode: accademici, editori, giornalisti.

Nel 2011 l'Economist stimava che il 90% dei dati circolanti sulla Terra fossero stati generati nei due anni precedenti, e che solo il 2% del totale abitasse su supporti non digitali: nel 2000 i formati analogici veicolavano ancora due terzi dell'informazione universale (Human-Highway, 2015). Il processo di costruzione di un sapere sociale era quindi mediato da specifiche agenzie che ne rappresentavano per un verso i garanti, ma alle quali veniva riconosciuto anche un ruolo di *interpretante*. In altre parole il processo di costruzione dell'informazione non coincideva brutalmente con il dato in sé ma con una chiave di lettura che ne consentisse una possibile interpretazione. Volendo utilizzare un'analogia per esprimere il concetto, potremmo dire che queste agenzie stanno all'informazione come la chiave musicale sta al musicista, essa permette di comprendere il *registro* da adottare per interpretare i segni presenti sul

pentagramma. Le agenzie quindi hanno sempre fornito accanto al dato in sé, una possibile *chiave di lettura* di quanto, come e perché accade un dato fenomeno.

I primi sistemi di comunicazione erano costruiti su un'architettura e un **modello verticale**, prevalentemente centralizzato. I limiti di tale architettura in alcuni mezzi di comunicazione (ad es. la radio, la televisione) che sarebbe più appropriato definire di informazione, erano legati all'assenza strutturale di un feedback da parte del ricevente, ciò rendeva la comunicazione, verticale, centralizzata, manipolabile e controllabile e il ricevente un puro canale di ascolto passivo. Negli ultimi anni si è assistito alla moltiplicazione e integrazione dei media, e ad una personalizzazione del loro impiego, per quanto riguarda l'accesso alle fonti di informazione. Siamo noi a spostarci attivamente tra le fonti digitali disponibili per costruire le nostre informazioni, fatte su misura, secondo i tempi e i modi a noi più consoni. Questa tendenza si è ulteriormente diffusa grazie alla miniaturizzazione dei *device* tecnologici e alla proliferazione delle connessioni mobili, e grazie alla tecnologia del *cloud computing* e alla diffusione delle App per smartphone e tablet. Grazie alle tecnologie digitali, il singolo non è più semplicemente uno spettatore inattivo, ma diventa un potenziale produttore di contenuti attraverso media diversi e integrati tra loro, secondo una nuova fenomenologia di produzione di massa.

La conoscenza distribuita e orizzontale offerta dalla rete e più in generale dai modelli comunicativi *molti a molti* (Manzo & Cannata, 2013) ha così interrotto la mediazione delle agenzie nei nostri processi di conoscenza, permettendoci al contempo di poter raggiungere *virtualmente* qualsiasi informazione¹⁴.

Alla ricerca del fattore comune che ha consentito questi stravolgimenti identifichiamo nella **digitalizzazione** la determinante di ogni successivo cambiamento al quale stiamo assistendo.

Di cosa si parla quando usiamo la parola digitalizzazione?
In cosa consiste?

¹⁴ Ciò come vedremo nei paragrafi successivi sembra però essere più un mito fondativo della rete piuttosto che la realtà attuale caratterizzata da logiche di predominio dettate dai motori di ricerca.

La digitalizzazione è l'esito di un complesso sviluppo delle tecnologie informatiche: **l'informatizzazione delle informazioni.**

L'era dell'informazione è contraddistinta da una modificazione strutturale **dell'unità nucleare** che veicola l'informazione. Se un tempo difatti, tutte le nostre transazioni avvenivano tramite supporti composti di **atomi** (ad. es. libri, riviste, cd, videocassette) oggi gran parte delle nostre interazioni e scambi avvengono tramite dispositivi digitali (Negroponte, 1995). Lo scambio attraverso supporti analogici richiede una lunga e in genere costosa procedura di gestione che contribuisce a dilatare tempi e costi in ragione dei vari anelli della catena della distribuzione, che va dal produttore al consumatore. Produrre un libro su supporto cartaceo ad esempio significa scriverlo (su un supporto), consegnarlo all'editore, farlo stampare, e distribuire (librerie, biblioteche, edicole ecc.). Il trasporto (che sia su gomma, acciaio, per via area o via mare) comporta dei costi che in genere contribuiscono in modo vertiginoso a far lievitare il prezzo di un prodotto. La digitalizzazione invece sfrutta l'informazione che può essere trasferita, ad esempio, su un doppino di rame.

L'unità nucleare sulla quale si fonda questo processo è il *bit*.

Come sostiene Negroponte il bit non ha peso né colore e può viaggiare alla velocità della luce, costituisce il più piccolo elemento del DNA dell'informazione (Negroponte, 1995). Tutta l'informazione può essere scomposta e ricomposta in bit, cioè in informazioni binarie del tipo presenza/assenza, 0-1. Una sequenza di 8 bit (1 byte) costituisce **la cellula elementare del DNA dell'informazione la più piccola porzione di informazione**. Ad esempio, le lettere del nostro alfabeto in formato *ASCII*⁵ sono riprodotte attraverso una sequenza di byte: il computer funziona attraverso un sistema di numerazione binario, basato cioè su due soli numeri, l'uno e lo zero. Ciò per un motivo fondamentale: gli elaboratori sono costituiti da un insieme di circuiti elettronici che conoscono solo due possibili stati: acceso (c'è corrente) o spento (non c'è corrente), proprio come le lampadine. Sono quindi possibili solo due valori, fissati convenzionalmente con 0 e 1, valori abbinabili al cosiddetto bit. Il passaggio di corrente è contraddistinto dal numero uno mentre l'assenza di

¹⁵ ASCII è l'acronimo di American Standard Code for Information Interchange (ovvero Codice Standard Americano per lo Scambio di Informazioni).

corrente è rappresentata con lo zero. Mediante combinazioni di vari bit è possibile rappresentare, l'insieme di lettere, numeri e simboli normalmente utilizzati. Ad esempio la lettera A può essere rappresentata come 00000001, la lettera B come 00000010, la lettera C come 00000100, e così via, fino a codificare tutti i possibili caratteri.

Cosa significa tutto ciò nella quotidianità della nostra vita? Tutto!

La digitalizzazione abbinata allo sviluppo delle reti informatiche quali ad esempio internet è alla base del processo di dematerializzazione delle strutture, dei beni e dei servizi, alla loro dislocazione, ad una loro riorganizzazione orizzontale. I vantaggi della digitalizzazione quali ad esempio la semplice scomposizione e ricomposizione dell'informazione in un qualsiasi altro punto sulla terra, sono stati alla base dello sviluppo di Internet. E quindi a tutto ciò di cui oggi fruiamo tramite internet: dalla lettura di un giornale on line o la partecipazione ad un gruppo Facebook, sino all'acquisto di prodotti tramite Amazon o alla ricerca e richiesta di una consulenza psicologica on line.

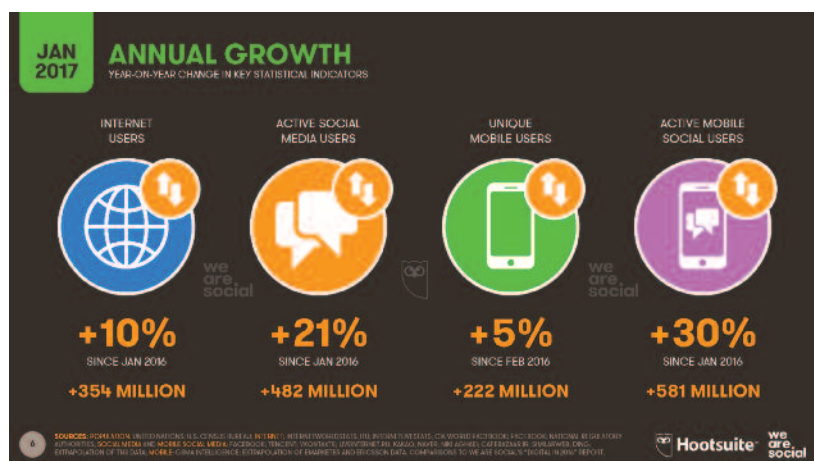
Per comprenderne la portata, al fine di approfondirne la riflessione, è utile cominciare a comprenderne il grado di diffusione e penetrazione.

Diffusione nel mondo

Con il 2017 la popolazione mondiale è passata dai 7.2 miliardi del 2015 ai quasi **7.5 miliardi** di persone nel 2017, e il numero di **utenti internet**



attivi ha superato i **3 miliardi e mezzo circa di utenti** (con una **penetrazione** che ha raggiunto il **50%** dell'intera popolazione mondiale). Gli **account attivi sui social media**¹⁶ sono oggi più di **2,5 miliardi** (**penetrazione 37%**). Se osserviamo i dati relativi al **mobile**, è interessante notare come ad un valore più o meno costante di utenti mobile, sia **cresciuto invece del 30% il numero di persone che usano attivamente social media dai propri smartphone**; quasi 600 milioni di persone in più (We are social 2017)

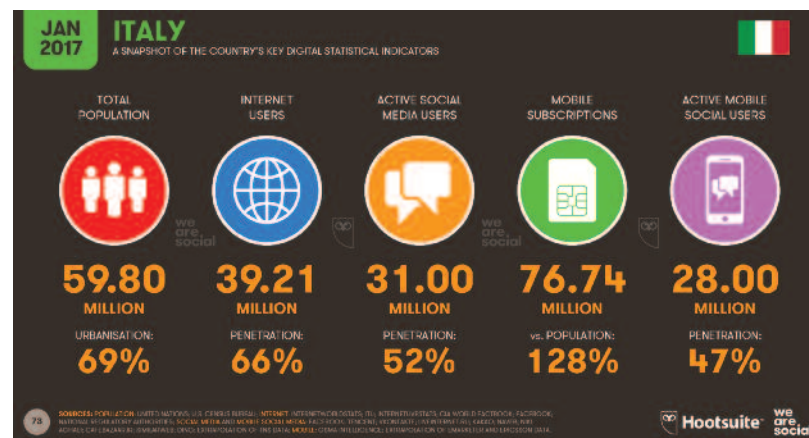


A ciò va aggiunto che i dati di crescita in rapporto al 2016 ci informano ad esempio che il numero di utilizzatori attivi di internet è cresciuto in un solo anno di più del 10%, così come si è incrementato il numero degli utenti che utilizzano i social media. Cresce del 30% invece il numero di utenti che navigano sui social da mobile, confermando un trend in crescita costante negli anni.

Diffusione in Italia

Se osserviamo gli stessi dati contestualizzati all'Italia otteniamo il seguente profilo: su circa sessanta milioni di Italiani circa **39 milioni** sono **utilizzatori di internet**, con un tasso di penetrazione pari al

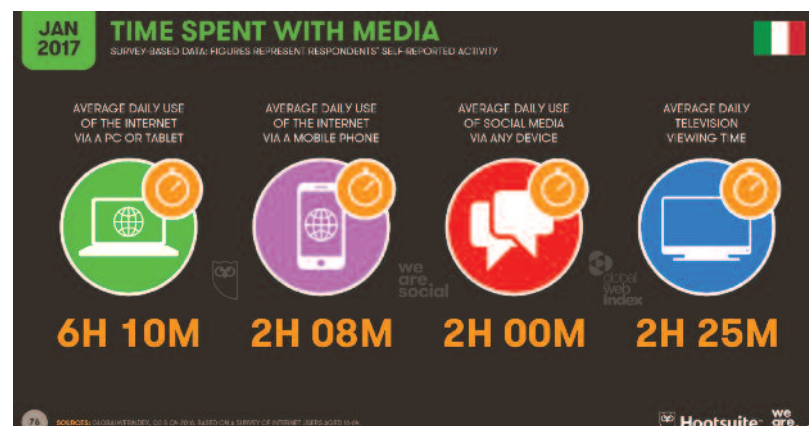
¹⁶ Con account attivo si intende la presenza di un profilo creato su un social network, il numero di account potrebbe essere superiore al numero di utenti poiché ciascun utente può creare più account.



66%. Il numero di account attivi con un profilo su una piattaforma social raggiunge invece i **31 milioni** con una penetrazione che supera il 50%. Il numero di utilizzatori unici di telefono cellulare si attesta invece sui **50 milioni**. Mentre sono **28 milioni** gli account ad accedere ai canali social da smartphone.

Stili di consumo e tempo trascorso sui social

Come possiamo evincere da questo grafico il tempo medio giornaliero speso su internet è di **oltre 6 ore al giorno da PC o da tablet** e più di 2



ore da smartphone. Metà della propria giornata per molte persone trascorre connessa ad internet mentre la televisione attrae la nostra attenzione per meno di un quarto del tempo (2 ore). La nostra vita attuale è quindi in buona parte interconnessa attraverso le nuove tecnologie in un ricorsivo processo di ricerca di informazioni acquisti e scambio sociale.

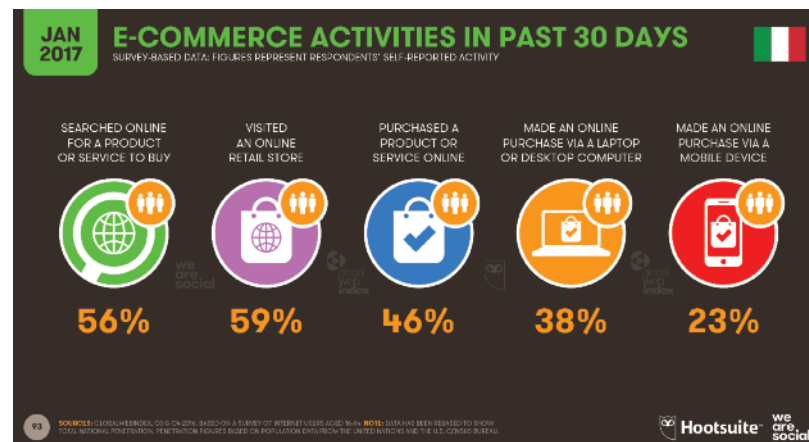
Il mobile

Secondo un'indagine di Audiweb nel mese di settembre **la total digital audience** è rappresentata da **26.4 milioni di utenti unici**, con un particolare **incremento del 35,3%** degli italiani di 18-74 anni che navigano da mobile (smartphone e/o tablet). Un trend che mette in risalto il **sorpasso della fruizione dell'on line da mobile sulla fruizione da PC**, attestata a 22.1 milioni di utenti, segno di un uso ancora più diffuso e frequente dei device mobili per accedere alla rete. **Internet da mobile raggiunge in modo capillare tutti i livelli della popolazione**, grazie anche a un particolare slancio dei segmenti che non risultavano ancora completamente coinvolti. Rispetto allo scorso anno, ad esempio, la fruizione da mobile cresce del **79,6%** tra gli **over 55** e del **40,7%** nell'area **Sud e isole**, ma coinvolge particolarmente i giovani raggiungendo il **69,7% dei 18-24enni** e il **72% dei 25-34enni** (Audiweb, 2016).

Cosa si fa in rete?



Come è possibile riscontrare da questo grafico, la rete non ha modificato solo l'accesso all'informazione, la comunicazione e la pubblicità, ma ha iniziato a cambiare i comportamenti degli utenti. Attraverso la rete si comunica (e-mail e social media), si ricercano informazioni, si ascolta la musica e si fanno acquisti.



In particolare sono cambiate le modalità di acquisto e la scelta dei servizi delle persone. Il 56% degli utenti on line ha acquistato negli ultimi trenta giorni un prodotto o un servizio on line, mentre il 59% ha visitato uno store on line in vista di un acquisto. Stanno in altre parole cambiando i nostri stili e modalità d'acquisto e scelta, grazie al consolidamento di un rapporto di fiducia e di sicurezza tra cliente e servizi digitali.

Traffico e canali d'accesso all'informazione

A fronte di questa vertiginosa capillarizzazione, diffusione e consumo, c'è un aspetto molto importante da chiarire: l'accesso alle informazioni presenti nel web passa prevalentemente per una **porta** costituita dai motori di ricerca e dai social network. Questi strumenti sono il vero cuore del web, poiché in grado, in pochi nanosecondi, di raccogliere migliaia di risultati sulla base delle **parole chiave** fornite (Google) o di identificare potenziali clienti in base al loro profilo sociodemografico. Tale ricerca

non è neutra ma risente **degli algoritmi di ricerca implementati** e dalle più ampie logiche di mercato che questi strumenti adottano.

Come sappiamo le nostre ricerche, l'accesso alle informazioni, sono in genere mediate dai motori di ricerca che svolgono per noi il lavoro di reperimento delle fonti (i siti web ai quali giungiamo). Fino a poco tempo fa c'era una certa eterogeneità nella possibilità di scelta tra diversi motori di ricerca, oggi invece **Google** detiene il monopolio sostanziale dell'accesso all'informazione sul web, e man mano negli ultimi anni è riuscito a prevaricare ulteriormente anche sui concorrenti minori, riuscendo oggi a rappresentare di fatto il primo riferimento della ricerca sul web (Bottazzini, 2010).

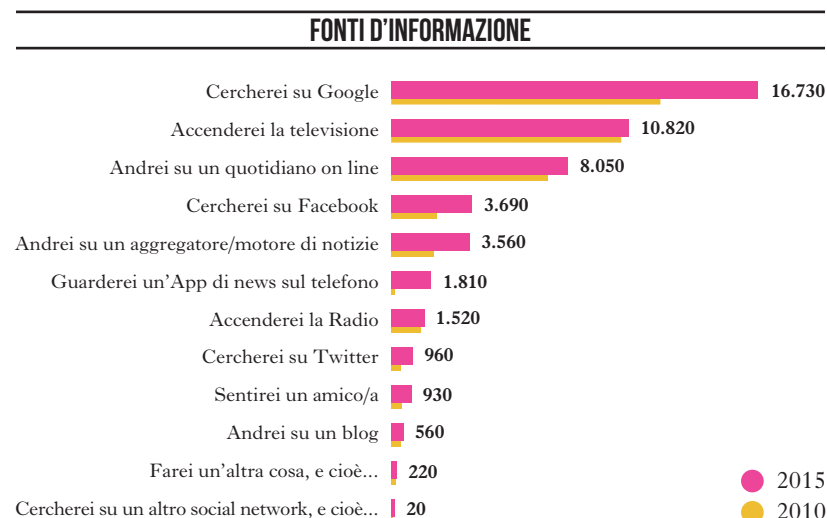
In Rete non si perde nulla, nonostante i volumi colossali di materiale prodotto, perché i motori di ricerca e i social network si premurano di consegnare le informazioni rilevanti alla nicchia che ne è incuriosita. Sono loro a stabilire il valore dei dati, a fissare le regole di indicizzazione, a elaborare il calcolo della pertinenza rispetto alle domande del pubblico, e a censire gli interessi degli individui.

Si produce quello che gli algoritmi di Google, Facebook & co. accettano, premiano e distribuiscono. Sono loro i direttori editoriali del mondo digitale.

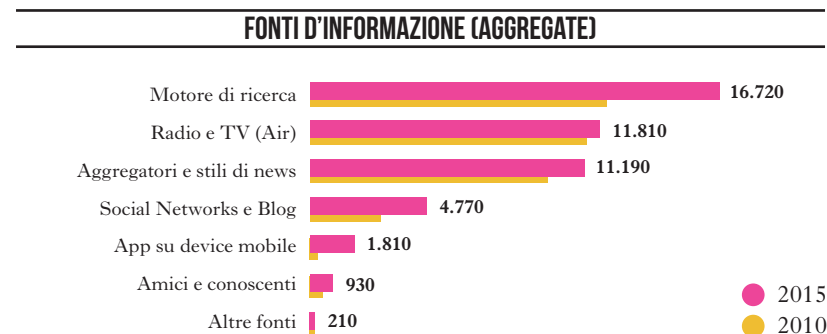
Google unico collo di bottiglia dell'informazione

Google intercetta costantemente i nostri *bisogni* nel momento in cui digitiamo qualcosa sul suo motore di ricerca (che concentra circa il 90% delle ricerche effettuate on line dagli utenti). Questa capacità ha trasformato Google nella fonte per eccellenza dell'informazione.

In una survey condotta da Human Higway (2015) viene indagato come è cambiato l'accesso all'informazione e le modalità di fruizione della stessa. L'analisi delle risposte alla domanda: *"Supponi che sia appena avvenuto un fatto di attualità importante: a chi ti rivolgeresti per conoscere cos'è successo?"* rivela com'è cambiato negli ultimi cinque anni l'atteggiamento degli individui nei confronti delle molteplici possibilità d'informarsi. Il ruolo predominante di Google è evidente: più della metà degli utenti Internet partirebbe da qui per cercare informazioni su un evento di attualità (in crescita dal 51,5% del 2010 al 56,2% del 2015). Segue la TV, senza variazione negli ultimi 5 anni, mentre si nota un leggero guadagno



Migliaia di individui che indicano la fonte d'informazione di riferimento nel caso di un evento importante (la base è data dal numero di utenti Internet: 23,6 milioni nel 2010 e 30,6 nel 2015). Erano possibili più risposte.



Migliaia di individui che indicano la fonte d'informazione di riferimento nel caso di un evento importante.

dei quotidiani on line e la forte ascesa di nuovi soggetti: Facebook e Twitter, gli aggregatori di notizie e le App sul dispositivo mobile. Google si conferma il punto di riferimento anche a seguito nell'aggrega-

zione delle voci, come si nota nella figura qui sopra. All'interno dell'utenza Internet, l'associazione spontanea tra Google e la ricerca di informazioni sull'attualità, è più forte di quella che si produce con i mezzi broadcasting (TV e Radio) e con i siti d'informazione on line (Human Highway 2015).

Limiti e possibilità di Google

Google non detiene soltanto il monopolio dell'accesso all'informazione via web ma ha stabilito anche una **gerarchia di criteri di visibilità dell'informazione** che in alcuni campi di applicazione è fortemente discutibile. Per intenderci Google come ormai sappiamo produce per ogni *interrogazione* (le parole che utilizziamo per ricercare ciò che ci interessa) un certo numero di pagine di output (dipendenti dal numero di documenti digitali esistenti per quelle specifiche parole nel web). Per ciascuna pagina Google restituisce dieci risultati (il cosiddetto traffico organico) più una serie di risultati in evidenza (traffico prodotto a pagamento mediante Adwords). Per stabilire l'ordine di rango dei risultati che ci vengono mostrati, Google utilizza un ragguardevole numero di **algoritmi**, il rispetto dei quali garantisce il miglior posizionamento possibile nel motore di ricerca. Senza entrare nel dettaglio di ciò che tecnicamente oggi va sotto il nome di **SEO** (Search Engine Optimization) e cioè l'ottimizzazione delle attività volte a migliorare la visibilità dei siti web, è necessario soffermarci sui criteri impliciti che determinano la visibilità. In primis va segnalato che la visibilità è funzione dell'ottimizzazione delle pagine dei siti web e l'ottimizzazione segue criteri prevalentemente legati a strategie di marketing e di contenuto che non riflettono minimamente le necessità del cliente e del professionista quali ad esempio la sicurezza, l'affidabilità, la reputazione e la competenza del professionista.

L'intelligenza dei Social Network

Facebook guadagna soldi - per ora unico caso nel mondo dei Social Media - principalmente attraverso la pubblicità. Infatti, i dati che Facebook raccoglie sui propri utenti consentono agli inserzionisti di identificare con elevata precisione il target dei propri annunci. Per esempio, differenzialmente dai mass media tradizionali, è possibile far vedere su Face-

book la pubblicità di uno psicologo esperto in mediazione di coppia solo a chi è già sposato o risulta coinvolto in una relazione. Se però, oltre ad una profilazione di tipo socio-demografico, Facebook fosse in grado di fornire una profilazione di tipo comportamentale e valoriale, il valore della pubblicità aumenterebbe esponenzialmente.

Per cercare di raggiungere questo obiettivo Zuckerberg ha creato un altro laboratorio di ricerca, il *Facebook Artificial Intelligence Research* (**FAIR** - <https://research.facebook.com/ai>).

Obiettivo dei ricercatori del FAIR è di riuscire a comprendere in maniera automatica il contenuto di ogni argomento inserito dagli utenti nelle proprie bacheche, compreso quello di immagini e video: dove è stato fatto, chi è presente nell'immagine, che cosa indossa, quali altri oggetti sono presenti e così via.

Per avere un'idea degli obiettivi del laboratorio e del livello di sofisticazione degli algoritmi già ora disponibili basta guardare uno dei video presenti sul sito di FAIR. Per esempio in questo video (<https://goo.gl/tV0MPx>) il direttore del laboratorio Yann LeCun mostra come Facebook sia già in grado di identificare tutti gli oggetti presenti in un'immagine, distinguendo per esempio tra un paio di occhiali e una banana.

Il Digital Professional Divide

Visibilità o Reputazione? Dipende!

Questo vuol dire che un professionista che sappia sfruttare tali linguaggi avrà un vantaggio strategico immenso rispetto ad un altro professionista che magari ha una reputazione, una professionalità, un curriculum ed un'esperienza dieci volte maggiore del primo. **Praticamente quest'ultimo sarà invisibile!** Questo aspetto è fondamentale e sottostimato nella sua attuale e potenziale dannosità: cosa accadrà se e quando l'unico canale d'accesso all'informazione sarà Google (che darà sempre più spazio a chi saprà accaparrarsi fette di mercato)? Facciamo alcune ipotesi:

- **Digital Professional Divide**; il primo ed inevitabile rischio è proprio quello di un divario nella visibilità e quindi nella possibilità di essere contattato, che diverrà sempre più incolmabile tra chi ha saputo utilizzare e promuoversi attraverso le tecnologie dell'informazione e chi ne è rimasto escluso, in modo parziale o totale.

- **Horse Racing:** deriva individualistica della professione e concorrenza spietata legata al potere ingegneristico SEO dove prevarranno logiche competitive aggressive intra professionali non più basate sui criteri deontologici (competenza, stima, colleganza) ma su criteri economici basati sul potere d'acquisto (ad es. acquisto illimitato di Adwords)

Azioni di contrasto

A seguito di queste considerazioni e al fine di rimediare alle sperequazioni attuali e future e ridurre il Digital Professional Divide, diviene fondamentale iniziare a porre in essere una serie di azioni di **democratizzazione** della professione on line, in grado di ristabilire un ordine e reintrodurre dei criteri etici che distinguono e rendono decorosa e degna di un'ottima reputazione la nostra professione.

A tal fine la Commissione ha individuato una serie di azioni di contrasto che elenchiamo di seguito:

- **Regolamentare i canali d'accesso per la professione:** attraverso un'azione politica di pressione e negoziazione nei confronti di **Google** relativamente ai criteri di indicizzazione utilizzati per il ranking dei professionisti (battaglia che potrebbe essere condotta in piena sinergia con i medici e più in generale con tutte le professioni sanitarie). L'obiettivo è quello di provare a modificare i criteri che determinano la **visibilità** del professionista (che sono legati solo a strategie di marketing) utilizzando parametri che riflettono invece la reputazione e la competenza del professionista.
- **Presidiare i punti di accesso all'informazione:** che oggi è sempre più veicolata dalla rete internet (mediante i suoi dispositivi quali i social network, i blog, i siti di informazione sulla salute e sul benessere), entro la quale troviamo spesso un proliferare alle volte indecoroso di mala-informazione, pressapochismi, quando non a vere e proprie truffe, **informando** in modo organico e qualificato l'utenza, rendendo **identificabile** ed **inconfondibile** il professionista psicologo dagli altri.
- **Certificare la professione:** lavorare sugli **Atti Tipici** con lo scopo di promuovere la professione significa anche, rendere immediata-

mente riconoscibile il professionista e sempre più chiara la sua azione professionale, informare e sensibilizzare al suo operato ed ai confini delle sue azioni. A tal fine e in ragione della totale trasformazione dei processi di conoscenza e accesso all'informazione diviene fondamentale poter certificare il professionista al fine di renderlo immediatamente distinguibile e riconoscibile. In un'ottica di **promozione della professione il CNOP** potrebbe assolvere la funzione di identificare, distinguere e valorizzare (sistema di qualità, bollino, ecc.) la presenza dello psicologo sul web in modo da rendere immediatamente riconoscibile il professionista psicologo dagli altri professionisti, e quindi in questo modo svolgere una funzione di promozione del professionista e di tutela per il cliente

- **Comunicare in modo capillare tali azioni e scelte al fine di renderle note alla popolazione:** attraverso un'ampia Comunicazione Nazionale (tv, internet, radio) finalizzata a rendere immediatamente riconoscibile al cliente il professionista psicologo che si promuove o esercita sul web.
- **Svolgere una funzione normativa:** normare le prestazioni psicologiche on line e gli sviluppi etici e l'efficacia al fine di acquisire elementi essenziali alla emanazione delle nuove linee guida e prevedere un sistema di certificazione di secondo livello
- **Istituire un osservatorio permanente sul fenomeno:** la rapidità con la quale evolvono le nuove tecnologie e soprattutto il loro uso sociale, rende qualsiasi documento obsoleto in poco tempo. Il fenomeno cosiddetto della singolarità tecnologica (che prenderemo in considerazione nel seguito) ci dà la misura di quanto sia necessario pensare in termini dinamici e costanti ad un lavoro di osservazione continua delle pratiche e alla necessità di aggiornamento e monitoraggio del fenomeno.

L'INTERVENTO PSICOLOGICO DIGITALIZZATO

Tecnologie con funzioni di ausilio

Nella precedente sezione ci siamo occupati di definire il lavoro strategico da svolgere in termini di azioni di contrasto e promozione della professione, riguardo *l'accesso alla conoscenza* il cui principale referente è oggi attualmente rappresentato da Google e dai suoi canali d'accesso.

Qui ci occuperemo di definire invece lo stato dell'arte relativo alle **prestazioni psicologiche erogate direttamente on line**. In particolare approfondiremo come cambia e in che direzione, la **relazione psico-logo-cliente**, a seguito dello sviluppo delle nuove tecnologie di comunicazione digitali. La rete infatti, e con essa i nuovi mezzi di comunicazione multimediale, ha stravolto i nostri modelli di rapporto e tali cambiamenti hanno avuto ricadute specifiche entro quelle realtà dove la **relazione è strumento dell'azione professionale**. In alcune professioni, come, ad esempio quella psicologica, la rete ha prodotto un fenomeno nuovo: la **possibilità di svincolare professionista e cliente dal consolidato punto d'Archimede dell'incontro vis a vis**, determinando un vero e proprio sovvertimento della prassi dell'intervento (Manzo, 2012).

Prima però di approfondire questi aspetti è opportuno chiarire le differenze sussistenti tra **promozione ed esercizio on line** così da definire il nostro preciso oggetto d'indagine.

La rete un pretesto o un contesto d'esercizio?

Come sappiamo, la funzione della rete non si esaurisce più soltanto nel semplice compito di facilitare l'incontro della domanda e dell'offerta tra un professionista ed i suoi clienti, ma viene a coincidere con uno **spazio altro**, un **medium** non ancora del tutto definito, in alcuni casi una estensione dello spazio abituale. Questo spazio che riflette, ripropone e in alcuni casi estende il mondo così come lo conosciamo - nel rapporto di domanda e offerta - **svolge una duplice funzione di:**

- **Pretesto:** in questo caso il web funge da strumento di incontro tra la domanda di un cliente e l'offerta di un professionista, una funzione di mediazione puramente strumentale cioè di *semplice* canale informativo tra gli attori. L'incontro e l'intervento vero e proprio si realizzerà entro i canali e contesti tradizionali (ad esempio lo studio del professionista, l'azienda del cliente). In questo caso quindi la mediazione tecnologica è un puro canale di promozione e comunicazione delle proprie attività, un canale pubblicitario, un canale di informazione e conoscenza per il cliente.
- **Contesto:** Il web con le sue caratteristiche di multimedialità permette attualmente di funzionare da contesto materiale, spazio o ambito di esercizio del rapporto tra gli attori. In questo caso il web diventa il luogo dell'esercizio e della prestazione del professionista. Entro questa cornice il ruolo svolto dalle nuove tecnologie di comunicazione è prevalentemente **ausiliario**, cioè costituisce un tramite, un canale, un luogo, uno strumento, attraverso il quale un professionista ed un cliente si interfacciano in vista dei loro scopi¹⁷.

Quando si parla di intervento psicologico on line o mediato dalle nuove tecnologie di comunicazione a distanza ci stiamo riferendo a questo secondo caso e nel presente capitolo approfondiremo questa modalità di intervento.

In cosa consistono le prestazioni psicologiche on line?

Definizione

Cominciamo quindi con il delimitare e definire cosa stiamo qui intendendo con prestazione psicologica e come questa si *complessifichi* a seguito della mediazione della tecnologia.

¹⁷ Nella sezione successiva vedremo invece come lo sviluppo tecnologico si è spinto sino all'ibridazione e all'automazione con una funzione in alcuni casi sostitutiva dello psicologo stesso. I problemi pratici e le questioni etiche, le azioni da intraprendere e i possibili ruoli e funzioni che il professionista può svolgere, sono incommensurabili entro questi due domini e pertanto vanno separati.

Con prestazione psicologica ci riferiamo a una:

“Azione professionale che tramite la relazione, è tesa a produrre una valutazione oppure a promuovere un cambiamento/miglioramento sulla base delle esigenze/attese/bisogni/domande, espresse dal cliente”.

Entro questa definizione sufficientemente generica rintracciamo alcuni aspetti caratterizzanti l'intervento psicologico:

- la domanda del cliente
- l'azione del professionista
- la relazione quale strumento mediante il quale si produce cambiamento
- il tema del cambiamento quale condizione di processo/esito

Se aggiungiamo la desinenza *on line* andiamo incontro ad un aumento di complessità dovuta all'introduzione della mediazione tecnologica.



Cosa comporta questa mediazione?

Riprendiamo alcune definizioni tratte dalla letteratura:

“ogni tipologia d’interazione terapeutica professionale e qualificata che utilizza internet per connettere un professionista della salute mentale con i suoi clienti” (Bloom, 1998) (Rochlen, Zack, & Speyer, 2004).

“qualsiasi erogazione di servizio per la salute mentale e comportamentale, includendo - ma non limitandosi alla psicoterapia - la consultazione e la psicoeducazione, da un professionista autorizzato attraverso un setting

non ftf cioè attraverso tecnologie a distanza quali il telefono, la mail, la chat e la videoconferenza” (Mallen, Vogel, & Rochlen, 2005).

Generalizzando alcuni aspetti delle definizioni precedenti proponiamo la seguente iniziale definizione di prestazione psicologica on line:

“Tutte le azioni professionali offerte da un professionista in carne ed ossa a un cliente finalizzate a: informare, sensibilizzare, supportare, modificare, prevenire, curare, abilitare e riabilitare, attraverso l’ausilio delle nuove tecnologie di comunicazione” (Manzo et al., 2015).

Strumenti caratterizzanti l'intervento psicologico on line

L'intervento psicologico mediato dal web si realizza attraverso tre modalità prevalenti di comunicazione¹⁸:



La comunicazione testuale è quella che utilizza strumenti quali l'e-mail e la text chat per comunicare in modo asincrono o sincronico con l'altro. I sistemi e i dispositivi quali la video-consulenza consentono invece una comunicazione sincronica tra gli attori e la possibilità di poter integrare l'audio con il video ed anche con il testo all'occorrenza. L'attuale larghezza di banda raggiunta, ha permesso una diffusione sempre maggiore delle prestazioni psicologiche condotte in video-consulenza che attualmente rappresenta la modalità preferenziale.

¹⁸ E a tutte le possibilità di combinazione tra questi media.

Perché occuparci delle prestazioni psicologiche on line I vantaggi

Nativi Digitali¹⁹: chi è nato prima degli anni '90 quando pensa o discute di internet quale fenomeno sociale, lo fa dividendo il mondo in due, contrapponendo cioè il mondo *virtuale* della rete a quello *reale* della piazza.

Questo modo di procedere trova una sua coerenza sino alla generazione che abbiamo definito dei *nativi digitali*. La distinzione (del tutto arbitraria) tra reale e virtuale decade, entro questa generazione dove conoscere ed esplorare il mondo coincide con il tocco e lo scorrimento di pagine web su uno schermo, e dove la socialità prodotta da Facebook o Instagram è pienamente in continuità con quella lasciata, un attimo prima, nella piazza tradizionale o in classe. Siamo confrontati quindi e lo saremo sempre più con generazioni sostanzialmente conformate a questo *humus digitale*. Culture digitali che veicolano proprie modalità di interazione, scambio e di contaminazione di ambienti e pratiche, con le quali noi professionisti siamo esortati ad interagire.

Di particolare interesse psicologico²⁰ rientrano ad esempio quelle categorie di nativi digitali che hanno avuto quale interfaccia digitale sistemi basati sul *touchscreen*, quale primaria matrice di interazione con il mondo web.

Ageing e Tardivi Digitali: anche chi non è nato immerso nelle nuove tecnologie ma ne è comunque esposto, ha sviluppato pratiche di rapporto e accesso alla conoscenza e informazione che tenderanno sempre più a intensificarsi perché tali pratiche non sono più fenomeni di nicchia,

¹⁹ L'era digitale è relativamente recente, in Italia la diffusione di internet quale pratica abituale comincia solo sul finire degli anni '90. Possiamo rifarci quindi ad un criterio anagrafico per intendere con *nativi digitali* tutti i nati negli anni di diffusione e pratica delle nuove tecnologie digitali di comunicazione quali internet in primis e poi all'avvento dei social network, ma ovviamente per essere definiti tali è fondamentale la pratica e l'uso di tali mezzi e non solo l'esservi nati nel mezzo. Nell'uso comune del termine ci si riferisce agli adolescenti contemporanei pienamente socializzati all'uso dei social network digitali ed in particolare di FB, e che lo usano come primario strumento di costruzione di socialità.

²⁰ Entro una chiave di lettura evolutiva di stampo Piagetiano l'epistemologia di un nativo digitale che conosce il mondo mediante le azioni che ci svolge su è radicalmente differente se tale mondo è esplorato tattilmente mediante azioni di touching.

ma costituiscono oramai modalità globalizzate di relazionarci. Questo fenomeno va connesso a quello del costante allungamento della vita e della vecchiaia, e il prodotto di questi due elementi ci informa che vi saranno sempre più anziani acculturati che utilizzeranno il web quale canale di informazione, acquisto, scambio e cura.

Diffusione massiccia delle prestazioni psicologiche on line nel mondo: le prestazioni psicologiche on line (dalla valutazione sino alla terapia) nel mondo sono una pratica diffusissima e con un ampio tasso di diffusione e penetrazione. In America tali pratiche risalgono addirittura ai primi anni '70. Attualmente solo negli States è più del 20% la percentuale di psicologi che offre qualche forma di consulenza psicologica on line.

Incremento costante della domanda di psicologia e delle prestazioni psicologiche on line in Italia: secondo il rapporto della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 2015, il 25% degli italiani ricorre a internet per ottenere informazioni sulla salute, ed è stato registrato un incremento della ricerca di informazioni sulla salute attraverso Internet passando dal 45% al 50% dal 2011 al 2013 (Strategie per la crescita digitale 2014-2020. Presidenza del Consiglio dei Ministri, 2015).

Una ricerca condotta da GFK nel 2016, indica che è sempre crescente in Italia l'utilizzo di internet per informarsi in tema di salute, nello specifico la ricerca indica che gli utenti che cercano informazioni connesse alla salute sono circa **11 milioni**. In particolare le ricerche si concentrano sulle malattie (78%) e alle possibilità di cura (62%), ma anche ad informazioni sui farmaci (45%), su medici e centri di eccellenza specializzati (36%). Esiste poi tutta un'area in grande espansione legata al concetto più ampio di benessere, che riguarda argomenti quali gli stili di vita (59%), i farmaci da banco (32%) o gli integratori (35%) (fonte <http://www.gfk.com/it/insights/press-release/social-e-video-il-futuro-della-comunicazione-sulla-salute/>) (GFK, 2016).

La maggioranza degli utenti dell'e-health (oltre il 60%) vi si rivolge senza che sussista un problema serio di salute, e quindi, per problemi legati all'area del **benessere allargato**.

Incremento costante dell'offerta

L'offerta di servizi legati alle prestazioni psicologiche on line è in costante crescita in Italia. Crescono complessivamente sia il numero di professionisti che offrono qualche forma di servizio on line che il numero complessivo di portali web dedicati a tali professionisti (quali elenchi di psicologi etc.).



Proliferare dei servizi psicologici on line in Italia

Al fine di comprendere la dimensione del fenomeno l'ente di ricerca ANIMA ha realizzato nel 2015 un primo censimento dei servizi esistenti in Italia di cui in seguito presenteremo i principali risultati.

Accessibilità: un vantaggio indiscutibile connesso all'uso delle nuove tecnologie è la capacità di azzerare le barriere architettoniche e quindi di essere un validissimo strumento di assistenza e intervento in particolare per le persone con problematiche legate alla disabilità, ma ciò è altrettanto vero per le persone che vivono in zone remote e con difficoltà di raggiungere dei centri nevralgici di interesse e risorse. Le barriere alle quali facciamo riferimento non sono solo quelle architettoniche ma anche quelle connesse allo stigma e ai pregiudizi che inficiano spesso l'accesso alle cure (si pensi ad esempio alle persone vittime di stigma di genere, o ancora perché si è vittime di abusi, di bullismo, o ancora a tutte quelle persone per le quali la richiesta di intervento da

parte di uno psicologo è impensabile perché fonte di pregiudizi. Infine l'accessibilità è anche legata alla dematerializzazione del luogo e spesso degli orari di un servizio e ciò apre alla possibilità di intercettare quelle domande legate a categorie di lavoratori atipici quali i viaggiatori, i lavoratori notturni, i militari in missione, ecc.).

Di supporto (all'intervento tradizionale): le modalità di intervento psicologico *blended* cioè condotte sia *dal vivo* sia on line stanno aumentando considerevolmente. La flessibilizzazione e la globalizzazione del lavoro abbinata alla possibilità offerta dal mezzo digitale di mantenere una continuità relazionale con il proprio ambiente, ha favorito l'uso di tali pratiche anche in chi era solito incontrarsi in modo tradizionale. Ciò significa per i professionisti poter pensare la continuità di un rapporto anche laddove i nostri clienti cambiano residenza o nazione. Una grande possibilità in quanto si supera un limite strutturale intrinseco alla professione che era quello del vincolo territoriale del proprio esercizio.

Di ricerca: l'intervento psicologico mediato dalle nuove tecnologie si presta ad essere un ottimo settore di sperimentazione riguardo a forme alternative di intervento, riguardo studi sull'efficacia e studi comparati, che possono far luce sui meccanismi alla base dei processi di cambiamento.

Criticità

Sebbene abbiamo evidenziato numerosi motivi per i quali tale modalità di intervento andrebbe promossa e incentivata, si riscontra dall'altra una certa reticenza nello sviluppo e nella promozione della stessa e ciò è dovuto ad una serie di criticità che richiedono delle azioni congiunte al fine di un loro superamento. Riportiamo di seguito le principali:

- Scetticismo rispetto all'efficacia degli interventi condotti on line
- Scarsa conoscenza del fenomeno e della sua diffusione e offerta
- Inadeguate competenze digitali necessarie ad una gestione del rapporto on line
- Normativa opaca

1. Scetticismo sull'efficacia

Prima che i nuovi mezzi di comunicazione facessero il loro ingresso nei contesti deputati all'intervento psicologico molti assunti venivano dati implicitamente per scontati e fondativi l'intervento stesso²¹.

La modificazione o l'assenza di alcune di queste dimensioni ha determinato in molti psicologi, un atteggiamento scettico nei confronti dei nuovi mezzi di comunicazione, spesso ritenuti non idonei ad instaurare una buona relazione.

Alcune premesse implicite dell'intervento psicologico:

- **Spazio e Tempo** = devono coincidere
- **Luogo** = la stanza/studio del professionista (implicitamente lo stesso luogo/ambiente/territorio).
- **Prossimità fisica** = deve esserci prossimità biologica (cioè non mediata dalla tecnologia)
- **Contatto** = necessita della prossimità fisica/contatto psicologico ai fini dell'intervento
- **Relazione** = ai fini della sua efficacia la relazione richiede la co-presenza fisica (biologica) nel medesimo spazio fisico

Queste premesse costituiscono **prerequisiti** per l'efficacia o dogmi?

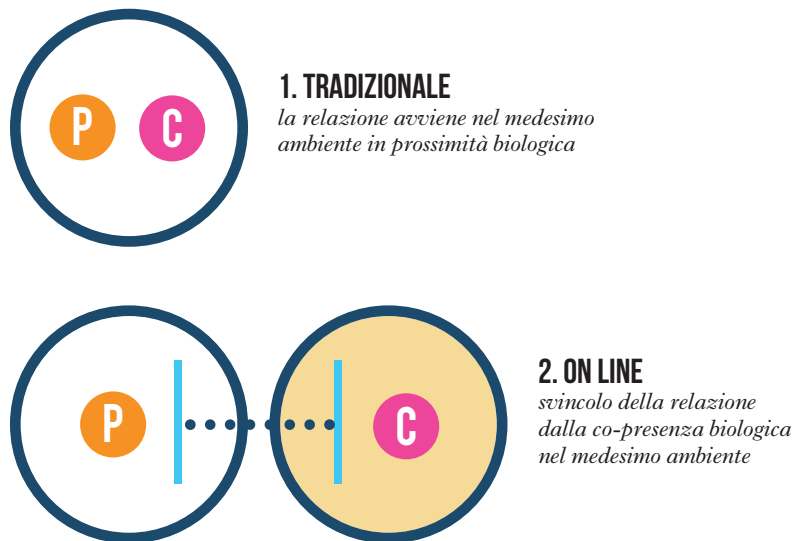
STRUMENTI	DOGMI
	

²¹ Va segnalato che tutto il dibattito che ruota attorno al tema delle prestazioni psicologiche on line si riduce prevalentemente (come in una sorta di generalizzazione e *reductio ad unum*) su un unico tema: la liceità della psicodiagnosi e della psicoterapia.

Riteniamo che sia proprio **l'adozione acritica di tali assunti**, una delle principali criticità nello sviluppo e diffusione di tali modalità di intervento e che tale posizione pregiudiziale quando si radicalizza e manifesta entro le forme di un **realismo ingenuo** costituisce un duplice problema perché pone da un lato, un freno all'esplorazione di forme alternative di intervento, e, dall'altro, evita il confronto con la verifica delle proprie tesi.

Riassumendo: uno degli aspetti caratterizzanti questa nuova modalità di rapporto psicologo/cliente è costituita proprio dalla **possibilità di sganciare l'intervento dalla co-presenza biologica** (cioè dalla condivisione dello stesso spazio fisico), mediandola attraverso una tecnologia, e di come ciò ha sollevato diversi dubbi riguardo la sua stessa **liceità**. Ciò ha fatto luce su un (implicito) aspetto della teoria della tecnica dell'intervento psicologico: *“l'intervento psicologico necessita, al fine della sua efficacia, della co-presenza (prossimità biologica) degli interlocutori entro lo stesso spazio fisico”* (Manzo, 2012). Prima di rispondere nel seguito con i risultati fornitici dalla ricerca soffermiamoci per il momento su un dato

RELAZIONE PSICOLOGO-CLIENTE: TRADIZIONALE VS ON LINE



acquisito: **le nuove tecnologie tramite il medium digitale annullano lo spazio consentendo così di separare l'intervento dalla condivisione del medesimo ambiente.**

Il primo grande epocale stravolgimento prodotto dalle nuove tecnologie nel campo della professione psicologica è proprio questo: **l'intervento psicologico non coincide più necessariamente con la condivisione dello stesso spazio fisico, spazio e intervento sono interdipendenti.** Le nuove tecnologie consentono che un professionista eserciti la propria attività ed offra il proprio intervento senza che sia presente (biologicamente) il cliente, nello stesso ambiente fisico.

Con l'obiettivo di trovare una risposta scientificamente fondata alle radicalizzazioni emozionali tra fautori e oppositori del mezzo digitale che hanno dato forma al dibattito *pro-contro*, è stato necessario interrogarsi e rispondere ad alcune **domande implicite** che hanno caratterizzato la storia della letteratura scientifica di questi ultimi 30 anni e che proviamo ad articolare in forma schematica:

- È dimostrabile l'imprescindibilità dei corpi nello stesso spazio fisico ai fini di una buona relazione psicologo-cliente?
- La relazione psicologica necessita della co-presenza degli attori che condividono lo stesso spazio fisico per produrre i suoi effetti? Se sì per quali ragioni?
- È la specifica tecnica di intervento il fattore di cambiamento?
- Quali criteri adottiamo, per definire un intervento efficace?

A dispetto dello scetticismo ingiustificato di molti colleghi la ricerca empirica, in particolare nel campo della psicoterapia ha fornito una mole impressionante di dati riguardo l'efficacia degli interventi mediati dalle nuove tecnologie.

Riportiamo nel seguito soltanto uno dei risultati più recenti, rimandando alla letteratura dedicata per gli eventuali approfondimenti (Haug, Meyer, & John, 2011; Kersting, Kroker, Schlicht, Baust, & Wagner, 2011; Newman, Szkodny, Llera, & Przeworski, 2011; L. M. Ritterband et al., 2009; M. L. Ritterband & Thorndike, 2006; Sloan, Gallagher, Feinstein, Lee, & Pruneau, 2011).

È di recentissima pubblicazione in una delle riviste internazionali più illustri, il *Clinical Psychology Review*, l'imponente lavoro di review di Gerard Andersson (Andersson, 2016) uno dei più noti ricercatori in

questo campo. In questo studio l'autore raccoglie i risultati degli **ultimi 15 anni** riguardo gli interventi psicologici e psicoterapeutici condotti via internet i quali si **sono rivelati efficaci per un ampissimo spettro di condizioni psichiatriche e di sintomatologie somatiche in più di 100 studi controllati (RCT)**.

2. Scarsa conoscenza del fenomeno e della sua diffusione e offerta in Italia

La nascita informale e caotica delle prestazioni psicologiche on line è stata fonte di disorganicità e confusione. Tale disorganicità ha avuto come inevitabile ricaduta un indebolimento sistemico riguardo la definizione degli standard professionali da adottare, accompagnato da un diffuso senso di disorientamento tanto nei professionisti quanto nell'utenza. Il proliferare di servizi e di informazioni ridondanti, spesso prive di riferimenti a fonti attendibili, il dilagare di figure con professionalità parapsicologiche, la difficoltà di identificare e distinguere in modo chiaro e univoco il professionista psicologo da altre figure che operano on line, sono solo alcune delle cause del danno arrecato alla qualità dell'immagine della professione e all'utenza, confusa in una pletora sterminata di informazioni alle volte anche contraddittorie (causa anche l'attendibilità delle fonti, e l'assenza di *incubatori digestivi* in grado di riflettere e sviluppare senso critico sull'informazione).

Alla caoticità dell'offerta si è affiancata una carenza sistematica di ricerca, studio e monitoraggio sul fenomeno in sé e del suo impatto sulla popolazione, per cui è rimasta lacunosa la conoscenza sulla geografia e morfologia del fenomeno.

Al fine di sopperire a tali deficit l'Ente di Ricerca Anima ha realizzato nel 2015 una ricerca²² (<http://animaonline.org/psicologo-online-italia-quant-psiologi-online-lavorano-in-italia/>) finalizzata a realizzare una prima mappatura relativa all'offerta dei siti web che offrono prestazioni psicologiche erogate attraverso la rete al fine di comprenderne dimensione, tipologia, e qualità dell'offerta (Manzo et al., 2015).

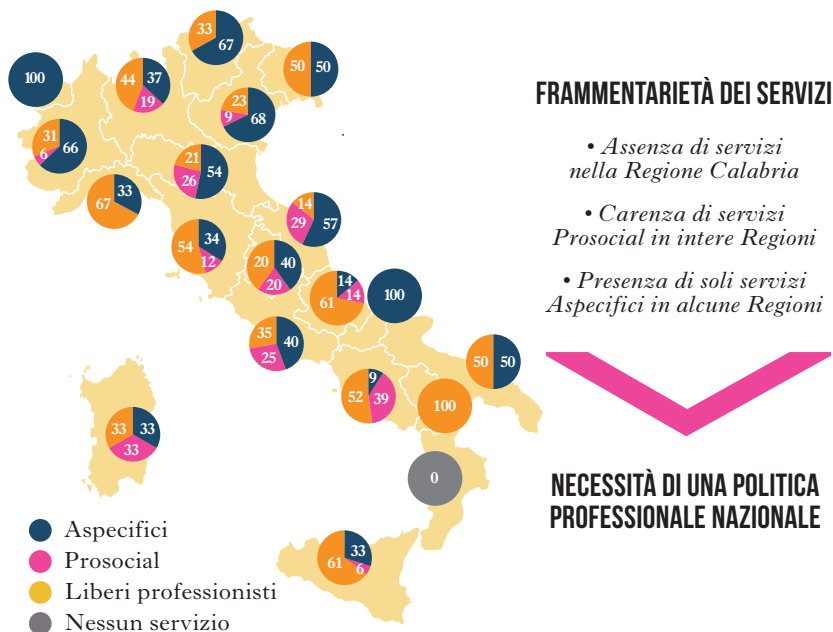
Dai 389 siti web analizzati attraverso una griglia costruita ad hoc, sono state individuate 3 tipologie prevalenti di servizi:



Queste tipologie di servizi, come è possibile riscontrare dal grafico seguente, presentano una distribuzione disomogenea che cambia di Regione in Regione. I risultati ci confermano della necessità di programmare una politica professionale nazionale unitaria al fine di garantire organicità e trasparenza.

²² Il lavoro di ricerca è in corso di pubblicazione mentre una prima parte dei risultati sono stati oggetto del Simposio promosso e organizzato dall'Ente in occasione del convegno Internazionale ECP nel 2015.

SERVIZI PSICOLOGICI ON LINE IN ITALIA: UNA MAPPA



3. Inadeguate competenze digitali necessarie ad una gestione del rapporto on line

Una delle principali **criticità** nella diffusione e nell'utilizzo delle nuove tecnologie è dovuta alla **scarsa familiarità con le stesse**.

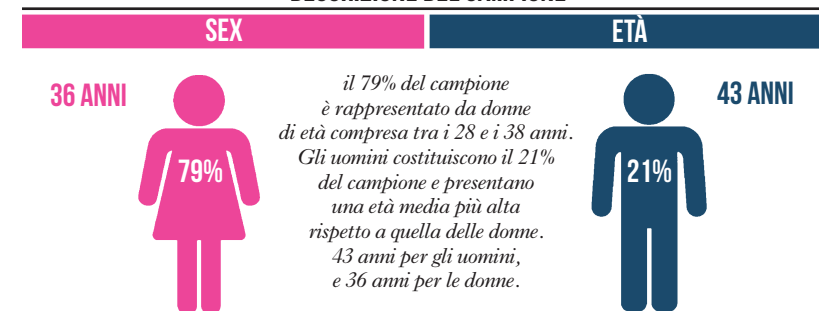
Ciò è vero per la maggior parte dei professionisti sia per quelli avversi sia per quelli che ne fanno uso o ne sono incuriositi. La scarsa familiarità è anche alla base di un atteggiamento acriticamente pregiudiziale nei confronti delle nuove tecnologie.

Al fine di indagare in modo sistematico il rapporto tra competenze e approccio alle nuove tecnologie l'Ordine degli Psicologi della Regione Campania nel 2013 ha istituito un gruppo di studio sulle consulenze psicologiche on line che ha analizzato il fenomeno dal punto di vista dei professionisti stessi rilevandone, grazie alla collaborazione con l'ente di ricerca Anima²³, mediante un questionario costruito ad hoc,

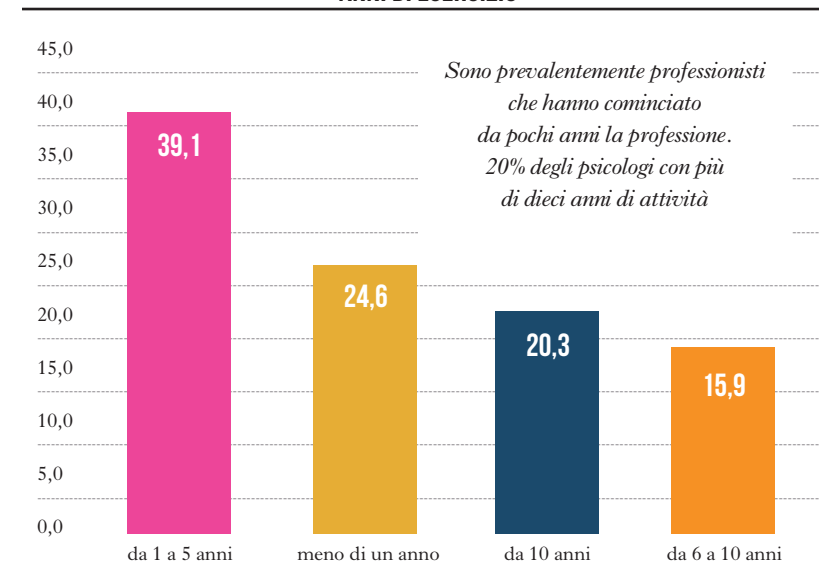
²³ Manzo, S (2015) *The professional career of psychologists in the Cyberspace*. Simposio presentato

le opinioni, le conoscenze, le attese, le posizioni pro e contro, le competenze necessarie alle sfide poste dalle nuove tecnologie. Riportiamo di seguito i principali risultati.

DESCRIZIONE DEL CAMPIONE



ANNI DI ESERCIZIO

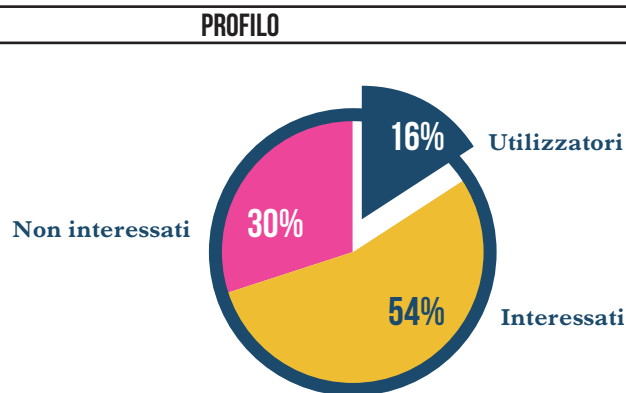


al 14th European Congress of Psychology Linking technology and psychology: feeding the mind, energy for life. Hot Topics - Cyberspace and virtual realities. Per un'analisi dettagliata si consulti <http://animaonline.org/the-profile-of-a-professional-in-the-cyberspace/>

Tre profili indagati:

- Psicologi che già lavorano via web
- Psicologi interessati ma che non si sono ancora cimentati
- Psicologi non interessati

In tal modo si è voluto esplorare l'**attuale** e il **potenziale**, al fine di comprendere le motivazioni, le attese e i giudizi dei rispondenti.



16% presta o ha già prestato servizio via web.

54% del campione è costituito da interessati.

30% di psicologi non è interessato.

Aggregando i dati relativi agli erogatori e agli interessati si raggiunge il 70% del campione. La maggior parte degli psicologi, dunque, è favorevole allo sviluppo della psicologia mediata dalle nuove tecnologie

Utilizzatori: giovane libero professionista che utilizza le modalità on line prevalentemente quale nuovo *contesto* per riproporre un modello tradizionale, si rivolge ad un target prevalentemente generico. Necessita di acquisire competenze di governo della relazione che passano anche attraverso la gestione di aspetti tecnico informatici. C'è una forte domanda di formazione specialistica e di assistenza consulenziale affiancata alla necessità di chiari riferimenti deontologici.

Interessati: intravedono nuove opportunità lavorative, ed è solo una questione di contingenze se non hanno ancora sperimentato in tal senso. Questo ampio gruppo richiede più informazioni ed una formazione adeguata e specialistica, una maggiore chiarezza del quadro deontologico di riferimento.

Disinteressati: Questo profilo presenta due diverse motivazioni rispetto al disinteresse: in una parte ciò è dovuto a dubbi relativi alla modalità on line in quanto potrebbe potenzialmente inficiare l'intervento in sé; dall'altra una quota invece si dichiara disinteressata per motivi che riguardano invece una incompetenza nella gestione e una disinformazione nelle modalità di erogazione

Tra i principali risultati della ricerca:

- L'interesse è **indipendente dagli approcci teorici, dall'età, dal sesso**, è trasversale e aspecifico
- C'è un rapporto **statisticamente significativo** tra **familiarità e interesse**. La familiarità e l'uso delle nuove tecnologie sono un buon predittore della probabilità che uno psicologo adotti tali metodologie nel suo intervento²⁴.
- Indipendentemente dai tre profili c'è una **forte domanda di approfondimento** del fenomeno e la richiesta di una **formazione specialistica**.

Nel suo complesso il fenomeno è in espansione ma appare frenato da una **scarsa conoscenza** e da una non sempre chiara normativa di riferimento. È necessario un lavoro di **alfabetizzazione e sensibilizzazione** ai processi di digitalizzazione. Emerge la necessità di una **maggiore chiarezza del quadro deontologico di riferimento**. È auspicabile **replicare la ricerca in altre Regioni**, mirando alla costruzione di un campione rappresentativo del territorio nazionale.

4) Normativa opaca (si veda il Capitolo 5).

²⁴ È possibile quindi ipotizzare che un atteggiamento pregiudiziale sia influenzato da una scarsa familiarità e conoscenza del mezzo.

DALLO SMARTPHONE AL NEUROCHIP: IBRIDAZIONI E TECNOLOGIE SOSTITUTIVE

Ibridazioni e tecnologie sostitutive

Come abbiamo avuto modo di evidenziare nella sezione precedente, le nuove tecnologie di comunicazione digitale eliminano la necessità della condivisione dello stesso luogo per gli attori coinvolti, separando in questo modo l'intervento dal suo consueto spazio d'azione. Sebbene il cambiamento appaia ad alcuni radicale, conserva ancora alcune specificità: ad esempio l'intervento seppure a distanza è comunque e pur sempre condotto da uno psicologo(!). In questo caso le **tecnologie** svolgono ancora una **funzione ausiliare**, di supporto, di mediazione, facilitando - perché ne azzerano le distanze - le possibilità d'esercizio. Lo sviluppo tecnologico raggiunto, però, si è spinto ben al di là di questi limiti proponendosi in molti casi come **sostitutivo** di alcune funzioni umane, come ad esempio l'intervento stesso.

Ciò si è reso possibile grazie allo sviluppo e ai traguardi raggiunti in diverse altre branche della conoscenza: l'ingegneria genetica, le nanotecnologie, le neuroscienze a cui va aggiunto lo sviluppo esponenziale che stanno raggiungendo le capacità **computazionali dei software**, dei sistemi di Intelligenza artificiale e di realtà virtuale e dei sistemi basati **sull'apprendimento automatico** (Machine Learning) in grado grazie a complessi algoritmi di apprendere, tramite esempi, *dall'esperienza*. Proprio queste ultime discipline consentono sempre più di **automatizzare** procedure, prassi e protocolli e quindi di assumere funzioni di gestione e alle volte di vero e proprio **intervento**. Esempi di applicazioni pratiche note sono tra le altre:

- la guida automatica dei veicoli
- la visione artificiale
- il riconoscimento vocale del testo
- il riconoscimento delle espressioni facciali e delle emozioni

Anche in campo psicologico gli sviluppi sono sorprendenti ed è possibile attualmente ritrovare in ogni atto tipico dello psicologo il corrispondente tecnologico, proveremo quindi di seguito ad articolare le tecnologie entro gli **Atti Tipici** precedentemente evidenziati.

Innanzitutto va detto che i primi tentativi di automatizzare delle prassi in campo psicologico risalgono agli anni '60 con i primi *chatbot* il cui prototipo è stato “Eliza” costruito per offrire una sorta di colloquio non direttivo, basato sul modello Rogersiano, con un utente. Eliza è stato il primo software che superò il test di Turing (gli utenti non sono in grado di distinguere se le risposte sono fornite da un processore automatico o da una persona in carne ed ossa) per un esempio si consulti il sito: <http://www.manifestation.com/neurotoys/eliza.php3>.

I notevoli progressi fatti in tal senso sono evidenziabili in applicazioni per computer che rilevano, etichettano e reagiscono a bisogni e richieste di carattere emotivo come ad esempio con Simsensei (<http://ict.usc.edu/prototypes/simsensei/>), un progetto dell'Università californiana USC, che sta lavorando alla realizzazione di una nuova generazione di strumenti di supporto alle decisioni cliniche e dei sistemi di assistenza sanitaria interattivi e virtuali basati su Avatar che sono in grado di riconoscere ed identificare il *disagio psicologico* dai segnali multimodali. Tali sistemi sono ritenuti in grado di emulare empatia e creare una percezione di cura. Queste applicazioni hanno dimostrato di essere associate ad una migliore *compliance* rispetto ai trattamenti (Bickmore, 2005).

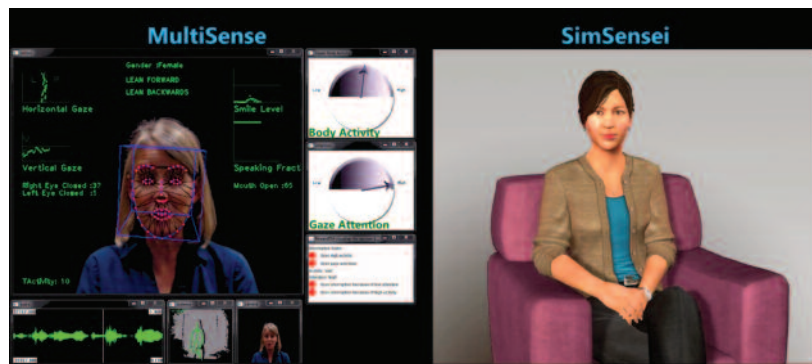


Figura 3 - SimSensei della USC

Esempi simili con finalità commerciali sono offerti da MICROSOFT con il suo “Cognitive Services” che consente l'analisi delle emozioni di base, tramite l'analisi di video e/o foto integrabili in App e PC. Con un costo del servizio pari a 25 centesimi per 1000 analisi.

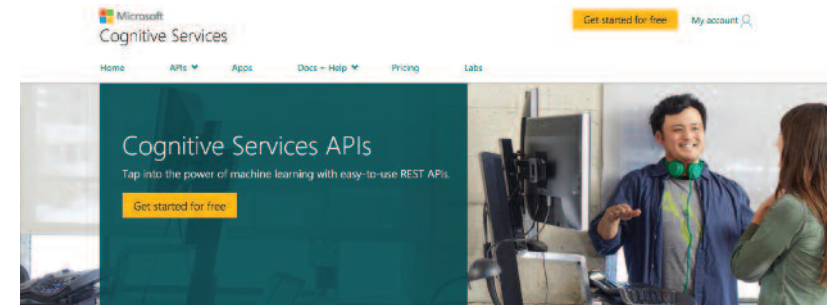


Figura 4 - Microsoft Cognitive Services

Come è possibile comprendere da questi esempi non si utilizza più la conoscenza umana per trasferirla direttamente nella macchina ma si cerca di fare in modo che la conoscenza stessa sia una proprietà appresa autonomamente dalla macchina. La funzione, che resta umana, è quella di definire come il programma dovrà apprendere, gli esempi e le informazioni da cui dovrà apprendere e una volta che l'apprendimento sarà stato ritenuto adeguato, usare questa conoscenza per prendere decisioni, e automatizzare attività che solitamente richiedono **l'intervento umano**, oppure semplicemente comunicare la conoscenza acquisita a chi ne ha bisogno.

Come è ovvio attendersi esiste tutto un mondo di tecnologie sostitutive *psicologiche*. In particolare come Riva (G Riva, 2016; G. Riva, Baños, Botella, Wiederhold, & Gaggioli, 2012; Serino et al., 2014) evidenzia vi sono 3 filoni in cui le tecnologie sostitutive impattano sulla professione psicologica.

La prima area importante è **l'assessment automatico**. Lo sviluppo di molte tecnologie è attualmente indirizzato a valutare automaticamente le emozioni e la personalità del soggetto. Noi sappiamo che una parte importante della professione dello psicologo riguarda la diagnosi e la valutazione, valutazione a tanti livelli, di personalità, legata alla dimensione emotiva, legata alle competenze e così via. **La valutazione**

e la **diagnosi** sono azioni caratterizzanti l'agire dello psicologo e quindi tali strumenti richiedono una attenta analisi. Diverse sono le grandi società Microsoft, Google, Facebook, IBM che stanno attivando una serie di tecnologie che vogliono offrire per il mondo professionale lavorativo, possibilità di ottenere analisi di tipo automatico legate a fattori psicologici in maniera totalmente automatica. Esempi in tal senso sono il software promosso dall'IBM *"Personality Insight"* che consente di valutare automaticamente emozioni e personalità del soggetto, offrendo un profilo psicologico completo. L'analisi della personalità (basata sul Big Five sui valori e sui bisogni) viene effettuata attraverso l'analisi del testo (3500 parole riprese anche dai Social Media utilizzati dall'utente). Il costo del servizio è pari a 20 centesimi di dollaro per profilo psicologico. *Qui* il link al sito web del servizio.

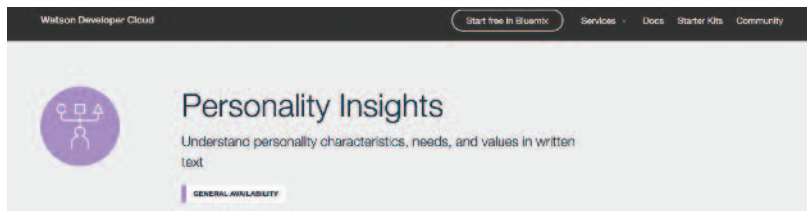


Figura 5 - Personality Insights dell'IBM

Con lo stesso obiettivo ma con fini attualmente di **ricerca** l'Università di Cambridge ha realizzato Magic Sauce che permette di creare un profilo psicologico completo (Big Five + Intelligenza + Soddisfazione di Vita + Politica + Religione e Sesso) attraverso l'analisi del profilo Facebook o Twitter. Il Costo del Servizio è Gratuito. *Qui* il link.

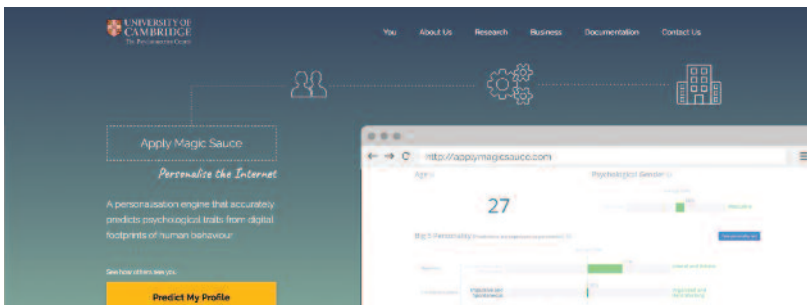


Figura 6 - Apply Magic Sauce dell'Università di Cambridge

Un altro software sostitutivo che mira a rilevare la personalità attraverso l'analisi di immagini su App e PC e finalizzato alla selezione del personale è Traitify Dash, che al costo di 99\$ al mese consente di ottenere il profilo di 500 candidati. *Qui* il link.

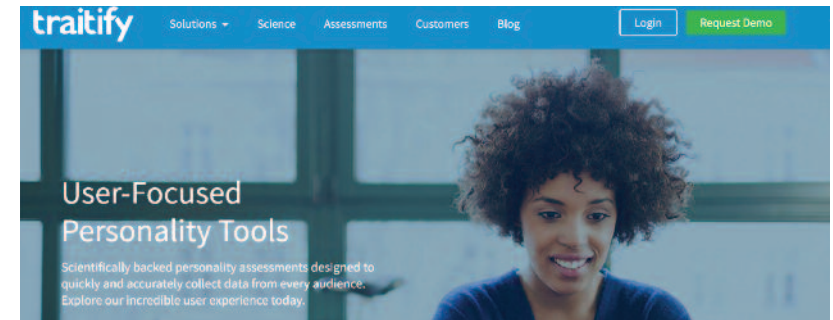


Figura 7 - Traitify Dash

Prevenzione

Vi sono inoltre un elevato numero di servizi finalizzati alla **prevenzione**, alla **promozione del benessere** e ad offrire interventi educativi.

In genere sono interventi offerti mediante un software fondamentalmente autoguidato cioè eseguito/erogato per mezzo di un programma prescrittivo on line che lavora attraverso un sito web e utilizzato da quegli utenti che cercano di seguire stili di vita sani ed equilibrati oppure che sono alla ricerca di aiuto ad esempio per perdere peso o smettere di fumare o prevenire ricadute. Esempi in tal senso sono:

Stop smoking Center <http://sg.stopsmokingcenter.net/supportv7/>

Healthy Weight Center <http://www.healthyweightcenter.net/>



Counselling

Altra area emergente è quella legata **al counselling**: l'idea è usare la tecnologia per quasi sostituire il ruolo dello psicologo visto che esiste ancora uno stigma non sempre positivo legato alla professione dello psicologo uno dei temi, degli obiettivi, che la tecnologia si propone è di proporre soluzioni alternative legate a questo, offrendo magari un counselling automatizzato finalizzato al potenziamento di alcuni aspetti. Tra i numerosi esempi oltre al già citato Simsensei, un gruppo di ricerca ha messo a punto un sistema di *auto counselling* il cui funzionamento e i risultati sono stati pubblicati sulla rivista Nature²⁵.

Lo studio prevede che attraverso un'esperienza di realtà virtuale, una persona simuli una seduta nel duplice ruolo sia di sé stesso e poi, a sorpresa, in quelli del terapeuta (rappresentato in questa simulazione da Sigmund Freud).

A questo [link](https://www.youtube.com/watch?v=o37AUsjTE3c) il video dell'esperimento:

<https://www.youtube.com/watch?v=o37AUsjTE3c>

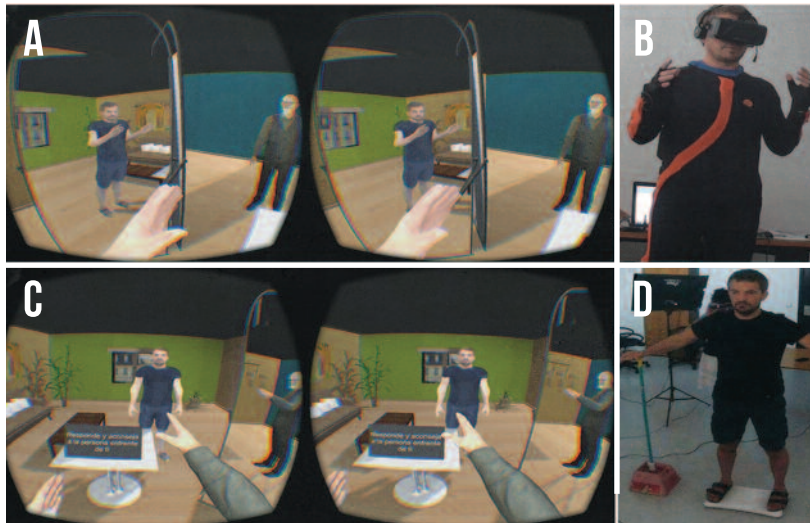


Figura 8 - Nei panni di "Sigmund Freud" L'esperimento pubblicato su Nature

Una terza tipologia di tecnologie sono quelle basate sulla **realtà virtuale** e infine sulla diffusione di **App** che usano la tecnologia per produrre esperienze digitali con l'obiettivo di avere un impatto poi su qualche tipo di caratteristica psicologica.

Realtà Virtuale

La realtà virtuale e la realtà aumentata hanno come obiettivo quello di *sostituire o aumentare* l'esperienza del cliente, ad esempio, permettendo al cliente di vedere, sopra un tavolo reale, del cibo virtuale in modo da aiutarlo a gestirne il desiderio o creare ambienti simulati in cui aiutarlo ad affrontare le proprie paure (sostituzione dell'esperienza - realtà virtuale). La maggior parte di queste applicazioni sono basate sulla realtà virtuale (RV), un ambiente tridimensionale generato dal computer in cui il soggetto o i soggetti interagiscono tra loro e con l'ambiente, come se fossero realmente al suo interno. Dal punto di vista tecnologico, è possibile distinguere tra due tipi di realtà virtuale: quella immersiva e quella non immersiva.

La realtà virtuale è immersiva quando è in grado di creare un senso di assorbimento e "immersione" sensoriale, utilizzando un dispositivo di visualizzazione - normalmente un casco (*head mounted display*) - e uno o più sensori di posizione (*tracker*) che rilevano i movimenti dell'utente.

La Realtà Virtuale consente di creare esperienze immersive in grado di fornire supporto psicologico/psicoterapeutico supervisionato (G. Riva, Banos, Botella, Mantovani, & Gaggioli, 2016). Esistono protocolli di RV per numerose patologie che vanno dai disturbi d'ansia allo stress post traumatico ai disturbi alimentari.

Esempi di tecnologie basate sulla Realtà Virtuale sono:

SAMSUNG: BE FEARLESS – Esperienza virtuale per la paura dell'altezza. Esposizione controllata per ridurre la paura dell'altezza. Costo del Servizio: Gratis per i possessori di un Casco Gear VR (100 Euro) e un telefono Samsung S6 (500 Euro).

PUBLIC SPEAKING Simulator – Esperienza virtuale per la paura di parlare in pubblico.

²⁵ <http://www.nature.com/articles/srep13899>

Contrariamente a quanto ci si potrebbe attendere l'Italia, in questo settore, non è il fanalino di coda ma vanta invece una imponente e ventennale tradizione di ricerca guidata dal Professor Giuseppe Riva ordinario di Psicologia Generale dell'Università Cattolica di Milano. Presso l'IRCCS Istituto Auxologico Italiano è possibile ad esempio usufruire della tecnologia “*Cave*” finalizzata alla riabilitazione fisica e cognitiva, e basata sulla Realtà Virtuale Immersiva. Il centro dispone di due ambienti adibiti per l'attuazione di programmi virtuali a sostegno dell'intervento terapeutico.

Grazie al “*Cave*” è possibile simulare i tipici scenari in cui vengono trattati alcuni disturbi tra cui quelli cognitivi nelle fasi iniziali, motori quali quelli conseguenti a ictus e Parkinson, o psicologici come ansia, fobie, stress.

Questo approccio consente, di migliorare l'efficacia dei programmi di riabilitazione per alcune funzioni compromesse, al fine di gestire, superare o ridurre tali deficit e consentendo al paziente di beneficiare del supporto terapeutico negli ambienti in cui si sviluppano comunemente i disturbi.

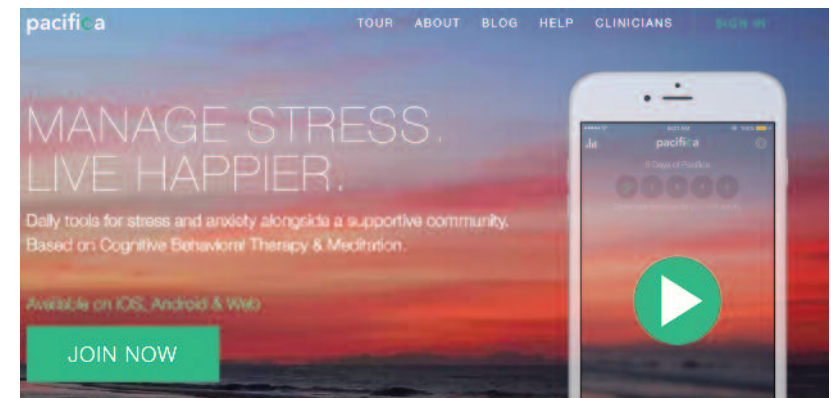


Figura 9 - Cave presso l'Istituto Auxologico Italiano

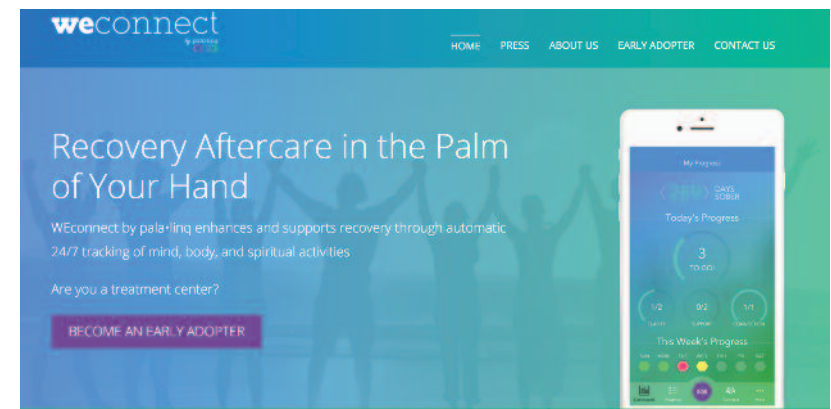
Il mondo delle App

Discorso a sé meritano le note “App” applicazioni software nate con il potenziamento e trasformazione dei cellulari in smartphone e alla diffusione massiccia dei tablet. Il mercato delle App sta lentamente soppiantando quello del web tradizionale e ad oggi sono numerosissime le Applicazioni che consentono di avere un **supporto psicologico non supervisionato** attraverso tablet e telefono cellulare (di seguito alcuni esempi).

Pacifica: per i disturbi d'ansia che consente l'analisi e gestione delle emozioni (stress management) e meditazioni guidate.



Palalinq: Per la prevenzione e gestione delle dipendenze (alcol e droga).



Zen in the City: un progetto Italiano finalizzato alla meditazione e alla mindfulness.

Zen in the City, una app per stare meglio

DI PAOLO SUBIOLI - 27 NOVEMBRE 2015



Uno dei motivi principali che ci spinge ad occuparci delle nuove tecnologie in relazione agli **Atti Tipici** è proprio l'uso indiscriminato e la caotica diffusione di App a carattere psicologico che coprono tutto lo spettro d'azione dello psicologo spaziando da funzioni di diagnosi, prevenzione, sostegno, sino alla consulenza, valutazione, abilitazione e riabilitazione, spesso senza alcuna indicazione chiara per l'utenza riguardo l'affidabilità e validità del prodotto.

Tra gli indiscutibili vantaggi che queste tecnologie offrono *l'accessibilità ai servizi* costituisce senza dubbio quello principale.

In base ad alcuni studi epidemiologici riportati in un articolo del Corriere della Sera del 1 maggio 2016 Danilo Diodoro scrive: *“circa il 30% della popolazione va incontro nel corso della vita ad almeno un disturbo psicologico e quasi 55% di queste persone non ha accesso al trattamento di cui avrebbe bisogno. È evidente quindi che ci sarebbe bisogno di affidabili strumenti di auto aiuto e che allo stesso tempo quello delle App psicologiche rappresenta anche un importante mercato potenziale”* (Fonte: Corriere della sera.it). Oltre all'accessibilità c'è da considerare che ottenere questi dispositivi

è davvero molto semplice: dal magazzino virtuale della Apple (Apple-Store) oppure tramite quello dei dispositivi Android (Google Play) è possibile ad esempio *scaricare*, in alcuni casi gratuitamente, molti di questi software.

L'accessibilità dei servizi abbinata alla semplicità se da un lato favorisce la familiarità con queste tecnologie, dall'altra espone ai possibili rischi per l'utenza di confondere un *gioco* per uno strumento professionale e scientifico. Lo scopo di *Entertainment* entro il quale spesso nascono questi software e la finalità prevalentemente commerciale, rende necessaria infatti una distinzione chiara tra strumenti *psicologici* e software di puro intrattenimento, magari realizzato senza neanche l'ausilio dello psicologo, e molte sono oggi le App *psicologiche* progettate senza la supervisione di un professionista psicologo e senza un'adeguata valutazione del loro impatto. Sul fronte dell'utenza è sempre più frequente oggi trovarsi davanti a un nuovo dispositivo e saperne davvero poco del suo livello di sicurezza informatica e della sua affidabilità.

Il mondo delle App si presenta quindi spesso, privo dello psicologo per la progettazione e validazione dell'App stessa, ed anche privo di regolamentazione. Attualmente non esistono codici etici o linee guida specifiche relative alle App (mHealth o mobile Health in inglese) “psicologiche” nonostante il rapido sviluppo delle stesse in questo settore. Si stima infatti che il mercato delle tecnologie rivolte alla salute/benessere abbia raggiunto la quota di 100.000 prodotti software (Research2guidance 2013) attirando gli interessi anche della Pubblica Amministrazione Sanitaria. Le azioni di indirizzo del WHO per il 2013-2020 prevedono ad esempio *“la promozione della cura di sé anche attraverso l'uso di tecnologie mobili per la salute”*. Tuttavia la rapidità e l'accelerazione che sta subendo lo sviluppo tecnologico (Kurzweil, 2008) è molto più rapido di quello della scienza. Sono difatti ancora pochi gli studi sull'efficacia in grado di dimostrare la validità di questi software in termini di esiti degli interventi. Attualmente si sta assistendo ad un'ampia diffusione di studi e ricerche in tal senso ma la letteratura è ancora poca e le informazioni all'utenza sono scarse. Diverse *review* mostrano ad esempio che il numero di App evidence-based è piccolo e questi studi in genere presentano il difetto di avere campioni molto

piccoli, non controllati e non randomizzati. Inoltre sono pochi gli studi che riportano risultati che abbiano una estensione temporale superiore ai tre mesi, così come studi che testino gli effetti degli interventi sulla vita quotidiana, al lavoro e riguardo alla vita sociale in generale (Donker et al., 2013; Fiordelli, Diviani, & Schulz, 2013; Kyriaki G. Gioti & Klef-taras, 2014).

È quindi prioritario e fondamentale un lavoro di identificazione, riconoscimento, valutazione e approvazione delle App prodotte e della loro validità ed efficacia, ciò sia nell'ottica di tutelare l'utente ignaro sia nella direzione di promuovere un'immagine competente del professionista e della nostra professione.

È molto importante, infine, che l'utenza che si interfaccia con questi strumenti sia sensibilizzata e informata su come identificare quelle App che rispettano i requisiti di *idoneità* e di correttezza delle informazioni fornite. Le App ad esempio, dovrebbero avere una chiara descrizione (come il foglietto informativo dei farmaci) della loro funzione, scopo e applicazione in modo da assicurare al potenziale cliente una scelta informata e consapevole quando fanno il download di una App.

I termini e le condizioni di un App forniscono agli utenti di App l'informazione necessaria per prendere una decisione informata in merito al suo utilizzo. Entro i termini e le condizioni rientrano i contratti di licenza, la privacy degli utenti, la raccolta dei dati, il trasferimento dati, e tutti gli altri materiali necessari che assicurano che lo sviluppatore non è legalmente responsabile per qualsiasi uso improprio o incomprensione delle App da parte dell'utente circa lo scopo dell'App (Android, 2012). Accanto ad una funzione di tutela dell'utenza va contestualmente promossa la funzione consulenziale psicologica per lo sviluppo e la validazione delle App. A tal fine è di rilievo l'operazione che svolge l'NHS il Sistema Sanitario Nazionale in Inghilterra che ha creato un libreria delle App efficaci e sicure²⁶.

Alla luce di quanto esposto elenchiamo di seguito Vantaggi e Criticità riscontrate nei confronti delle App:

Criticità

- Tecnologie ancora prive di regolamentazione
- Mercato guidato da logiche prevalentemente commerciali
- Tools privi di solidi studi sull'efficacia e sull'impatto
- Prive di indicazioni d'uso per l'utenza

Vantaggi

- Accessibilità (abbattimento di barriere architettoniche e ideologiche, di stigma)
- Semplicità di fruizione e reperibilità
- Potenziale Funzione Consulenziale dello psicologo nella progettazione e sviluppo delle App
- Possibilità per lo psicologo di raggiungere target prima sconosciuti o irraggiungibili

²⁶ NHS Health Apps Library, <http://www.nhs.uk/pages/healthappslibrary.aspx>

PROMOZIONE ED ETICA DELLA PROFESSIONE

Uno sguardo alle organizzazioni internazionali

Come abbiamo avuto modo di evidenziare nelle sezioni precedenti, la rapida diffusione su vasta scala delle prestazioni on line in congiunzione con il dibattito sull'efficacia, le difficoltà di pervenire ad un quadro unitario abbinato all'eterogeneità dei servizi e delle regolamentazioni, la mutevolezza e l'evoluzione delle nuove tecnologie, che richiede un aggiornamento costante, ha avuto come esito una vasta proliferazione nel mondo di pareri e norme etiche e la continua ricerca delle migliori procedure in grado di tutelare cliente e consulente. In ragione della necessità di approfondire anche con la ricerca, vincoli e risorse offerte da queste innovazioni, al fine di fornire dei codici etici adeguati e delle *best practice*, sono svariate le associazioni, gli enti e le istituzioni, che si sono occupate di normare l'erogazione dei servizi psicologici on line. Tra le principali realtà si segnalano:

- American Psychological Association, (APA) 2012
- American Counseling Association, 1999
- International Society for Mental Health Online, (ISMHO) 2000
- National Board for Certified Counselors, (NBCC) 2001²⁷
- Online Therapy Institute (OTI)
- The British Association for Counselling & Psychotherapy (BACP)
- Children's Charities' Coalition on Internet Safety (CHIS)
- EFPA (Guide Lines of EFPA)
- IISRI

Ad un'analisi della documentazione prodotta nel panorama internazionale si osserva una normativa variegata che risente delle differenze nazionali e territoriali che caratterizzano ciascun organismo.

Negli Stati Uniti e più in generale nei paesi di cultura anglofona ad esempio, tali pratiche sono molto diffuse, e si assiste alla presenza massiccia e

²⁷ Il National Board for Certified Counselors (NBCC) è stata la prima organizzazione ad adottare degli standard per le prestazioni psicologiche on line nel mese di settembre 1997.

capillare di centri di ricerca ed una letteratura specializzata vastissima²⁸. Accanto alla ricerca vi sono investimenti ingenti da parte degli organi governativi e industriali, i quali seppur con diversi scopi e obiettivi stanno scommettendo su tali dorsali di sviluppo.

La situazione in Italia appare ben diversa. Il fenomeno locale è marginale ed esiguo sia per quantità sia per qualità. La normativa di riferimento del CNOP aveva individuato dei criteri di massima (linee guida per le prestazioni psicologiche via internet e a distanza) che suggeriscono cautela nell'impiego di tali mediazioni tecnologiche poiché non si era ancora in possesso di un'adeguata documentazione scientifica relativa agli esiti e all'efficacia di tali metodologie. Il documento così prodotto appare oggi del tutto vetusto e non in linea con lo stato di avanzamento dei lavori di altri paesi.

Al fine di rendere equiparabili le linee guida italiane a quelle prodotte nel resto del mondo si avverte quindi forte la necessità di una approfondita analisi critica della documentazione internazionale con lo scopo di comprenderne il grado di concordanza e le differenze sussistenti.

La ricerca: comparazione dei codici e i sette domini etici (Verso le linee guida)

Con l'obiettivo di produrre un documento guida sulle prestazioni psicologiche on line alla luce delle considerazioni su esposte e quindi da un lato tentare di uniformare la normativa esistente nel panorama internazionale e, dall'altra, aggiornare le linee guida italiane ancorandole a quelle presenti nel panorama internazionale, l'ente di Ricerca Anima in convenzione con il CNOP con il quale ha realizzato un protocollo d'intesa, ha realizzato un lavoro di ricerca e comparazione delle linee guida presenti a livello mondiale, del quale nel seguito si accenna sinteticamente, rinviando per i suoi dettagli agli approfondimenti in corso di pubblicazione (Manzo et al. in progress).

²⁸ Da una ricerca effettuata dall'ente di ricerca ANIMA sul database di Psychinfo in data 23/10/2010, ricercando le occorrenze relative alle parole chiave *therapy* e *psychotherapy* on line unicamente su riviste peer review, sono stati individuati oltre cinquecento articoli scientifici.

Il nostro obiettivo è stato quello di raccogliere tutte le linee guida, raccomandazioni, codici etici, best practice e gold standard, esistenti nel mondo al fine di una loro comparazione.

I nostri canali di ricerca sono stati tre:

1. Database bibliografici (Psychinfo, Medline)
2. Documentazione presente sui siti web dei principali organismi, associazioni, ordini ecc. (ad es. il network dell'EFPA)
3. Richiesta di documentazione e riferimenti tramite e-mail ai principali organismi.

Si riportano in tabella i Paesi/associazioni/Ordini/organizzazioni per i quali abbiamo trovato un qualche tipo di documentazione relativo alle prestazioni on line.

ORGANIZZAZIONE O AUTORE	STATO LINEE GUIDA	ANNO	ULTIMA REVISIONE	PAESE
Association of Greek Psychologists	✗			Grecia
Malta Union & Professional Body of Psychology (MUPP)	✗			Malta
Russian Psychological Society	?			Russia
ACTO: Association for Counselling and Therapy Online	✓			United Kingdom
American Counseling Association (ACA)	✓	2014	2014	USA
American Mental Health Counselors Association (AMHCA)	✓	2010	2015	USA
American Psychological Association (APA) Division 29	✓	2011	/	USA
American Psychological Association Joint Taskforce (APA-JT) for the Development of Telepsychology Guidelines for Psychologists	✓	2013	/	USA
American Telemedicine Association - South Africa (ATA-SA)	✓	2011	/	Sud Africa
American Telemedicine Association (ATA)	✓	2013	/	USA
Association of Canadian Psychology Regulatory Organizations (ACPRO)	✓	2011	/	Canada

Association of Psychologists of Serbia	?			Serbia
Australian Psychological Society (APS)	✓	2011	/	Australia
Belgian Federation of Psychologists (FBP)	?			Belgio
Berufsverband der Psychologinnen und Psychologen Liechtensteins (BPL)	?			Liechtensteins
Bulgarian Psychological Society	?			Bulgaria
Canadian Psychological Association (CPA)	✓	2006	/	Canada
Colegio Oficial de Psicólogos	?			Spagna
Consiglio Nazionale Ordine Psicologi	✓	2013	2013	Italia
Croatian Psychological Association	?			Croazia
Cyprus Psychologists' Association	?			Cipro
Danish Psychologists' Association	✗			Danimarca
Dever Fitzgerald	✓	2010	2010	Canada, USA
DGOB German Society for on line interventions	✓			Germania
Drum	✓	2014	/	USA
European Federation of Psychologists' Association (EFPA)	✓	2006	/	Europa
Fédération Française des Psychologues et de Psychologie	?			Francia
Federation of German Psychologists' Associations	?			Germania
Finnish Psychological Association	✗	in progress		Finlandia
Johnson	✓	2014	2014	Canada
Joint International Society for Mental Health Online/ Psychiatric Society for Informatics (ISMHO/PSI)	✓	2001	/	USA
Latvijas profesionālo psihologu asociācija	?			Lettonia
Lawlor - Savage	✓	2013	2014	Canada
Lithuanian Psychological Association	✗	in progress		Lituania
Luxton	✓	2012	/	USA
Magyar Pszichológiai Társaság	?			Ungheria
National Board for Certified Counselors (NBCC)	✓	2001	/	USA

Network OPP and SNP	✗			Portogallo
New Zealand Psychologists Board (NZPB)	✓	2011	2012	Nuova Zelanda
Ordine degli Psicologi della Repubblica di San Marino	✗			San Marino
Polskie Towarzystwo Psychologiczne	?			Polonia
Professional Association of Austrian Psychologists (BOEP)	✗			Austria
Slovak Chamber of Psychologists (SCP)	?			Slovacchia
Slovenian Psychologists' Association	✗			Slovenia
Société Luxembourgeoise de Psychologie	?			Lussemburgo
The British Psychological Society (BPS)	✓	2009	/	United Kingdom
The Dutch Association of Psychologists (NIP)	✗			Paesi bassi
The Federation of Swiss Psychologist (FSP)	✓	2003	2006	Svizzera
The Icelandic Psychological Association	✗			Islanda
The Norwegian Psychological Association (NPF)	?			Norvegia
The Professional Committee in School Psychology of the Union of Estonian Psychologists	?			Estonia
The Psychological Society of Ireland	?			Irlanda
The Psychologists' College of Romania	?			Romania
The Swedish Psychological Association	?			Svezia
Turkish Psychological Association P.K.	?			Turchia
Union of Psychologists Associations in the Czech Republic	?			Repubblica Ceca

✓ = Presenti; ? = Incerti; ✗ = Assenti

Tabella 1 - Stato delle Organizzazioni in merito alla produzione di linee guida sulla psicologia on line

Giunti ad una sintesi dei documenti trovati, abbiamo adottato alcuni criteri di classificazione delle linee guida esistenti che riflettono in buona parte un recentissimo lavoro del 2016 del gruppo degli Australiani ai quali faremo riferimento.

Questo lavoro di review sistematica ha confrontato 19 documenti relativi alle linee guida. Gli articoli che costituiscono la normativa di ciascun documento sono state raggruppate in

SETTE DOMINI ETICI GENERALI:

1) ADEGUATEZZA DELL'E-MENTAL HEALTH

questo dominio raccoglie quelle linee guida relative all'appropriatezza dell'intervento condotto on line (indicato o controindicato) per: a) lo specifico cliente; b) relativamente ai servizi offerti

2) COMPETENZA

questo dominio riguarda le competenze che lo psicologo deve possedere per esercitare on line

3) CONSIDERAZIONI LEGALI

si riferiscono in particolare all'accreditamento dei professionisti, ai sistemi di pagamento, alla tenuta dei registri, alla fatturazione, le modalità di consenso (accertamento dell'età del cliente)

4) RISERVATEZZA

Si riferisce alla privacy durante le sessioni on line, all'anonimato e allo stabilirne l'identità e all'uso appropriato dei dati digitali conservati

5) CONSENSO

In questo dominio si raccolgono quelle linee guida relative al consenso che riguardano i limiti della riservatezza attraverso le nuove tecnologie, e la necessità di chiarire le modalità di contatto tra psicologo e cliente e la capacità del cliente di acconsentire legalmente

6) CONFINI PROFESSIONALI

le raccomandazioni presenti in questo dominio si riferiscono alla prevenzione dello sconfinamento territoriale dei professionisti, e la moderazione del linguaggio nelle aree social (Facebook linkedin ecc.)

7) GESTIONE DEL DISAGIO ED INTERVENTO PER LE CRISI

Contiene raccomandazioni riguardo la valutazione e la gestione del disagio e delle situazioni di crisi acute

Ogni articolo di ciascun documento è stato esaminato per valutare il livello di condivisione con quelli presenti nelle altre linee guida.

Ogni articolo che fosse condiviso da almeno la metà delle linee guida incluse nella revisione è stato considerato *Confermato*. Tutte le altre raccomandazioni che non hanno raggiunto la condivisione da almeno la metà delle linee guida è stata rinominata *Provvisorio*. Si sono ottenuti in questo modo 11 Articoli “*confermati*” e 123 articoli “*provvisori*”.

Abbiamo poi confrontato le linee guida italiane con questo documento al fine di evidenziare gli articoli comuni e differenziare quelli specifici di ciascun documento. Abbiamo ottenuto così un documento agile aggiornato e conforme ai criteri condivisi dalle maggiori istituzioni nel mondo. Inoltre questa strategia ci permetterà così di interloquire, da un lato con chi già si occupa di questo argomento e dall'altro di proporci quali *Opinion leader* rispetto a tutte quelle nazioni e associazioni in Europa e nel mondo che ci hanno chiesto aggiornamenti e che non hanno ancora prodotto nessun documento specifico. Presentiamo di seguito l'estratto di questo lavoro che è anche la proposta di adozione delle nuove linee guida aggiornate.

LINEE GUIDA PER LE PRESTAZIONI PSICOLOGICHE VIA INTERNET E A DISTANZA

ETICA

- 1) I principi etici e le norme del Codice Deontologico si applicano anche nei casi in cui le prestazioni vengono effettuate con il supporto di tecnologie di comunicazione a distanza (cfr. art 1 del Codice Deontologico). Tali principi e norme debbono essere esplicitati attraverso documenti presenti sul sito o sulla piattaforma del professionista che eroga la prestazione.

ADEGUATEZZA

- 2) È responsabilità di ogni psicologo, prima di iniziare un intervento on line, valutare l'adeguatezza di tale strumento in base alle caratteristiche dell'intervento e dei soggetti coinvolti.

COMPETENZA

- 3) Gli psicologi dovranno fornire servizi on line entro i limiti della loro competenza derivata dalla loro formazione, istruzione, esperienza di tirocinio, o altre esperienze professionali, e dovrebbero comprendere i limiti e le applicazioni delle diverse tecnologie.
- 4) Lo sviluppo delle tecnologie di comunicazione a distanza consente interventi di e-health di carattere psicologico. Tali contesti applicativi, per la complessità e la specificità che li caratterizza, richiedono al professionista la disponibilità di tecnologie adeguate e il possesso di particolari competenze nel loro uso.
- 5) Gli psicologi dovranno rendere identificabili le loro competenze ai clienti, dichiarando la loro identità (ad esempio, specificando una posizione geografica) e fornendo prove della loro identità, comprese le qualifiche, l'esperienza in materia (tra cui esperienza nella fornitura

di servizi on line) e l'appartenenza a qualsiasi registro/albo ed eventuali organi sociali competenti, e guidare il cliente su come/dove possono verificare queste informazioni; i siti web degli psicologi dovrebbero anche trasmettere queste informazioni in modo professionale, grammaticalmente corretto e privo di gergo.

- 6) Gli psicologi dovranno assumersi la responsabilità di valutare continuamente le loro competenze in questo settore.
- 7) Lo psicologo che offre prestazioni via Internet comunica al proprio Ordine l'indirizzo web presso il quale svolge tale attività, la tipologia di strumentazione software e la tipologia di media utilizzati.

ASPETTI LEGALI

- 8) Gli psicologi dovranno conoscere e rispettare tutte le leggi e i regolamenti, quando la fornitura di servizi on line ai clienti attraversa i confini giurisdizionali e/o internazionali, incluso il determinare se l'intervento psicologico on line è consentito in tale giurisdizione o se si applicano restrizioni.
- 9) Per la custodia dei dati e delle informazioni si applicano le norme previste dalla normativa vigente.
- 10) Gli psicologi dovranno esplicitare all'utenza che la propria abilitazione consente la prestazione di servizi on line.

RISERVATEZZA

- 11) Gli psicologi devono (aggiornandosi costantemente) prendere tutte le precauzioni (ad esempio, le misure di sicurezza informatica) per proteggere e mantenere la riservatezza dei dati e delle informazioni relative ai propri clienti, oltre a doverli informare riguardo le precauzioni prese, anche riguardo il potenziale aumento dei rischi sulla riservatezza, inerente le differenti tecnologie utilizzate (per esempio, email vs videoconferenze) nonché i limiti che ciascuna modalità offre alla riservatezza.

- 12) Lo psicologo che si serve di tecnologie elettroniche per la comunicazione a distanza è tenuto a utilizzare sistemi hardware e software che prevedano efficienti sistemi di protezione dei dati.

CONSENSO

- 13) Gli psicologi devono ottenere e documentare accuratamente il consenso informato, per quanto possibile, conformemente a tutte le leggi e regolamenti in materia.
- 14) Il consenso per i servizi di e-mental health deve affrontare le questioni chiave relative alla tecnologia, nonché il processo dell'intervento, tra cui: la privacy e la riservatezza, la struttura e la durata (tempi) dei servizi forniti, i rischi potenziali, le limitazioni dei rispettivi mezzi di comunicazione utilizzati e per i quali il servizio sarà/può essere fornito on line, le tasse, le misure di sicurezza adottate, l'affidabilità della connessione on line, le attrezzature tecnologiche e le competenze, i limiti riguardo la comunicazione e la possibilità per le incomprensioni che potrebbero verificarsi, la tenuta dei registri (come e dove le informazioni personali saranno registrate e conservate e chi avrà accesso ad esse), le strategie di gestione del rischio, le disponibilità (tempi e modalità) ad essere contattati, le regole di partecipazione/termine e le politiche di cancellazione, così come le alternative all'intervento psicologico on line.

GESTIONE DELLE CRISI

- 15) Gli psicologi dovrebbero fornire riferimenti a strutture cliniche nella posizione geografica del cliente in caso di emergenza, prima di iniziare l'intervento on line.

Riferimenti bibliografici

Andersson, G., *Internet-delivered psychological treatments*. Annual Review of Clinical Psychology, 12, 157-179, 2016.

Bloom, J. W., *The ethical practice of Web Counseling*. British Journal of Guidance & Counselling, 26(1), 53 - 59, 1998.

Bottazzini, P., *Googlecrazia. Il mondo in una query*. Feltrinelli, 2010.

Carli, R., Grasso, M., & Paniccchia, R. M., *La formazione alla psicologia clinica. Pensare emozioni*. Franco Angeli, 2007.

Chaytor, H. J., *From script to print: An introduction to medieval vernacular literature*. London, Sidgwick & Jackson, 1966.

Cipresso, P., & Riva, G., *Personality Assessment in Ecological Settings by Means of Virtual Reality*. In U. Kumar, *The Wiley Handbook of Personality Assessment* (pp. 240-248). New York, John Wiley & Sons, 2016.

Donker, T., Petrie, K., Proudfoot, J., Clarke, J., Birch, M.-R., & Christensen, H., *Smartphones for Smarter Delivery of Mental Health Programs: A Systematic Review*. J Med Internet Res, 15(11), e247. doi:10.2196/jmir.2791, 2013

EFPA., *The provision of psychological services via the internet and other non-direct means*, 2006.

Eisenstein, E. L., *The printing press as an agent of change: Communications and cultural transformations in early modern Europe* (Vol. I e II). Cambridge, Cambridge University Press, 1979.

Fiordelli, M., Diviani, N., & Schulz, P. J., *Mapping mHealth Research: A Decade of Evolution*. J Med Internet Res, 15(5), e95. doi:10.2196/jmir.2430, 2013

Haug, S., Meyer, C., & John, U., *Efficacy of an Internet program for smoking cessation during and after inpatient rehabilitation treatment: A quasi-randomized controlled trial*. Addictive Behaviors (36), 1369-1372, 2011.

Kersting, A., Kroker, K., Schlicht, S., Baust, K., & Wagner, B., *Efficacy of cognitive behavioral Internet-based therapy in parents after the loss of a child during pregnancy: Pilot data from a randomized controlled trial*. Archives of Women's Mental Health (14), 465-477, 2011.

Kurzweil, R., *La singolarità è vicina*. Milano, Apogeo, 2008.

Kyriaki G. Giota, & Kleftharas, G., *Mental Health Apps: Innovations, Risks and Ethical Considerations*. E-Health Telecommunication Systems and Networks, 3, 19-23, 2014.

Longo, G., *Il nuovo Golem - Come il computer cambia la nostra cultura*. Laterza Ed., Italia, 1998.

Longo, G., *Homo Technologicus*. Roma, Maltemi, 2001.

Mallen, M., Vogel, L., & Rochlen, B., *The Practical Aspects of Online Counseling*. The Counseling Psychologist, 33(6), 776-818. doi:doi:10.1177/0011000005278625, 2005.

Manzo, S., *La consulenza psicologica on line*. Notiziario Ordine degli Psicologi della Regione Campania, 2012.

Manzo, S., & Cannata, A., *Psyche e Techne. Alcune riflessioni sulle prestazioni psicologiche mediate dalle nuove tecnologie multimediali*. Quaderni di sabbia, 3, 2013.

Manzo, S., Cannata, A., & Cuccurullo, A., *The psychological services into the cyberspace; a first census on the services offered in Italy*. Paper presented at the Abstract book of the 14th European Congress of Psychology, Milano, 2015.

Marx, K., *Per la critica della filosofia del diritto di Hegel*. (Vol. 1), Annali franco-tedeschi, (1844).

McLuhan, M., & Bruce R. Powers, *The Global Village*, 1992.

Meyrowitz, J., *Mediating Communication: What Happens?* In Jon Downing, Ali Mohammadi and Annabelle Sreberney-Mohammadi. Questioning the Media (pp. 39 - 53). Sage: Thousand Oaks, CA, 1995.

Negroponte, N., *Essere digitali*. Milano, 1995.

Newman, M. G., Szkodny, L. E., Llera, S. J., & Przeworski, A., *A review of technology-assisted self-help and minimal contact therapies for drug and alcohol abuse and smoking addiction: Is human contact necessary for therapeutic efficacy?* Clinical Psychology Review (31), 178-186, 2011.

Ritterband, L. M., Thorndike, F. P., Gonder-Frederick, L. A., Magee, J. C., Bailey, E. T., Saylor, D. K., & Morin, C. M., *Efficacy of an Internet-based behavioral intervention for adults with insomnia*. Archives of General Psychiatry, 38, 191- 204, 2009.

Ritterband, M. L., & Thorndike, F., *Internet Interventions or Patient Education Web sites?* J Med Internet Res, 8(3), e18, 2006.

Riva, G., *The future of cybertherapy: Ambient intelligence and immersive virtual telepresence*. Annual Review of CyberTherapy and Telemedicine, 2, 19-29, 2004.

Riva, G., Banos, R. M., Botella, C., Mantovani, F., & Gaggioli, A., *Transforming Experience: The Potential of Augmented Reality and Virtual Reality for Enhancing Personal and Clinical Change*. Frontiers in Psychiatry, 7 (164). doi:10.3389/fpsy.2016.00164, 2016.

Riva, G., Baños, R. M., Botella, C., Wiederhold, B. K., & Gaggioli, A., *Positive technology: Using interactive technologies to promote positive functioning*. CyberPsychology Behavior and Social Networking (15), 69-77, 2012.

Rochlen, A., Zack, J., & Speyer, C., *Online therapy: Review of relevant definitions, debates, and current empirical support*. J. Clin. Psychol., 60, 269-283. doi:10.1002/jclp.10263, 2004.

Serino, S., Cipresso, P., Gaggioli, A., Pallavicini, F., Cipresso, S., Campanaro, D., & G., R., *Smartphone for self-management of psychological stress: a preliminary evaluation of Positive Technology App*. Revista de Psicopatología y Psicología Clínica, 19(3), 253-260, 2014.

Sloan, D. M., Gallagher, M. W., Feinstein, B. A., Lee, D. J., & Pruneau, G. M., *Efficacy of telehealth treatments for posttraumatic stress-related symptoms: A meta-analysis*. Cognitive Behaviour Therapy (40), 111-125, 2011.

Sitografia

Audiweb, J. I. C. i. a. E. G., *La total digital audience in Italia nel mese di settembre 2016*. Retrieved from: http://www.audiweb.it/wp-content/uploads/2016/11/Audiweb_CS_TotalDigitalAudience_Settembre_2016.pdf

Bickmore, T., Picard, R., *Establishing and Maintaining Long-Term Human Computer Relationships*.

Retrieved from:

<http://www.ccs.neu.edu/home/bickmore/publications/toCHI.pdf>, 2005.

Bozzaotra, A., Di Iullo, T., Cicconi, U., Manzo, S., & Pierucci, L., *La professione di psicologo: declaratoria, elementi caratterizzanti ed Atti Tipici*.

Retrieved from: <http://www.psy.it/allegati/2015-la-professione-di-psicologo.pdf>, 2015.

Human-Higway, *Newsruption Evoluzione dell'informazione di attualità online*. Newsruption. Retrieved from: <https://www.humanhighway.it/>, 2015.

GfK, *Social e video: il futuro della comunicazione sulla salute*.

Retrieved from:

http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/IT/documents/GfK_Digital_Health_17mag16.pdf, 2016.

Riva, G., *Il ruolo della tecnologia nella professione psicologica*.

Retrieved from: <http://www.slideshare.net/bepperiva/il-ruolo-della-tecnologia-nella-professione-psicologica>, 2016.

Vannoni, S., Barcucci, P., Manzo, S., Pezzullo, L., *Parere sulla Prevenzione/Promozione in ambito psicologico*. Retrieved from: <http://www.psy.it/allegati/promozione-e-prevenzione.pdf>, 2012.

Vannoni, S., Giardina, F., Micozzi, M., Palma, G. L., Porcelli, P., Sartori, G., Tonzar, C., *Parere sulla Diagnosi Psicologica e Psicopatologica*. Retrieved from: http://www.psy.it/allegati/parere_diagnosi.pdf, 2009.

Autori

ANTONELLA BOZZAOTRA, Presidente dell'Ordine degli Psicologi della Campania, Psicologa Psicoterapeuta didatta, Dirigente Unità Operativa Psicologia Clinica ASL NA1 Centro. Si occupa di intervento psicologico nei contesti innovativi della professione.

ULDERICO CICONI, Psicologo Psicoterapeuta. Dirigente Sanitario, è responsabile del Servizio di Psicologia e Psicodiagnosi presso il Centro di Salute Mentale di S.Egidio alla V.ta ASL di Teramo.

LUIGI DI GIUSEPPE, Psicologo, psicoterapeuta, specialista in sessuologia clinica. Libero professionista e Specialista Ambulatoriale ASL 02 Abruzzo.

TANCREDI DI IULLO, Presidente dell'Ordine degli Psicologi della Regione Abruzzo. Psicologo Psicoterapeuta. Si occupa di psicologia dell'età evolutiva.

STEFANO MANZO, Psicologo, Dottore di Ricerca in Psicologia Clinica, Fondatore e Presidente Ente di Ricerca ANIMA psicologia e nuove tecnologie.

LUCA PIERUCCI, Presidente dell'Ordine degli Psicologi delle Marche. Psicologo, Psicoterapeuta. Libero professionista.

Si ringrazia Virginia Santoro, dottoressa in Psicologia, Ente di Ricerca ANIMA, per il proficuo impegno profuso nel supporto alla realizzazione del documento prodotto.

Si ringrazia inoltre, Daniela Massa, Psicologa, per il puntuale lavoro di revisione del documento.