

# Diventa Psicologo di successo a sole 19.900 lire!

**Diventa psicologo di successo a sole 19.900 lire!**

*Ovvero, come evitare l'Econo-Psico-Divarciazione, e vivere felici.*

Avete in mente quei vecchi, celebri, volantini di 20-30 anni fa ?



Quelli della *"Meravigliosa gita in pullman GranTurismo a sole 19.900 lire"*, per varie mete turistiche ?

Quelli con *"ricca colazione in ambiente di ristorazione"* (=cappuccino all'autogrill), e dimostrazione di pentole annessa?

Ricordo che circa 30 anni fa, corsi entusiasta da mio padre, sventolandolo e dicendogli che avevo trovato un'occasione fantastica! Ricordo bene la delusione quando mio padre, pazientemente, mi spiegò cosa ci stava realmente dietro: non un'eccezionale offerta, ma *un'eccezionale fregatura*, solo ben confezionata.

Ci ripenso spesso, a quel **"prospettare un bel sogno con fregatura annessa"**. Accade ogni volta che sento dell'ultima *"Moda Psicologica Veramente Figa"* (MPVF) di turno:

*"Il Master dopo il quale Nulla sarà come più come prima"*.

*"Il Convegno dove capirai la Tecnica-che-Lava-più-Bianco-di-tutte-le-Altre"*.

*“Il Seminario tenuto dal SuperRelatore che ha preso la Cintura Nera di Psicologia addirittura in America”.*

**Ebbene, collega, due regole di base:**

1. Se un'offerta/proposta/occasione è “troppo bella per essere vera”, di solito infatti non è vera.
2. Non esiste il master/corso/seminario che “*poi ti garantisce di lavorare*”: se si pubblicizza così, è già segno che non lo è (hanno semplicemente bisogno che tu ci creda, per effettuare su di te l'antica arte della “*Econo-Psico-Divaricazione senza anestesia*”, ovvero la “**rapida separazione del giovane psicologo dai suoi soldi**”).

Questa antica arte fa leva sulla depressione del giovane psicologo davanti al mercato professionale, e la sua frequente tendenza a seguire “**pifferai magici**” che gli promettono meravigliosi futuri lavorativi per “*econopsicodivargarlo*” meglio.

La tendenza a farsi *econopsicodivargarci* è di solito accompagnata, curiosamente, da lamentazioni rivendicative contro i presunti “capri espiatori” delle proprie difficoltà, di solito individuati in Ordini, Università, Scuole, ENPAP. Cioè, in pratica, **tutto il mondo professionale** (come capri espiatori, mancano solo il draghetto Grisù ed il Presidente della Repubblica, ma qualcuno ci mette pure quelli).



Ma “raccontarsela” che non si lavora solo perché “*sono gli altri, che non ci permettono di lavorare*”, o “*i medici/dirigenti scolastici/amministratori locali sono insensibili/invidiosi, e non capiscono quante cose belle potremmo fare*” ha di fatto uno scopo rassicuratorio: attribuire ad un *locus of control* esterno la causa delle

nostre afflizioni professionali.

Intendiamoci: è vero, verissimo, che **lo stato della professione risente di quella totale mancanza di visione strategica** degli stakeholders della psicologia italiana negli ultimi 25 anni.

Ed è verissimo che in molti casi vi è uno **“sfruttamento dello psicologo anziano sullo psicologo giovane”**, in un’economia categoriale spesso del tutto autoreferenziale ed “endogamica” (come Saturno che mangia i suoi figli, invece di sostenerli e aiutarli).

Ed è altrettanto vero che **alcuni dei protagonisti di questa mancata visione strategica della professione si ripropongono ancora in giro, con vestiti nuovi e idee vecchie**, per “tirare a campare” ancora un po’, a volte prospettando miraggi di futuri occupazionali meravigliosi (dallo psicologo di condominio a quello di supermercato).

**Ma MOLTA responsabilità ce la mette il giovane psicologo stesso, in una spirale passivizzante e a volte autodistruttiva.**

*“Ti senti unico? Beh, lo sei... esattamente come tutti gli altri!”*

Il problema occupazionale, infatti, non è solo che in Italia come psicologi siamo ormai 90.000. Il problema aggiuntivo è che **noi psicologi siamo quasi tutti uguali, ci muoviamo allo stesso modo, inseguiamo le stesse chimere.**

**Non ci differenziamo tra noi, non portiamo un valore aggiunto rispetto al collega, non cambiamo i canali di invio, non innoviamo, non anticipiamo le “mode”:** ci limitiamo a seguirle meccanicamente, fideisticamente, ingenuamente.

**Considerazione fastidiosa ? Pensateci.**

Ci mettiamo in fila in massa agli incontri sui soliti settori

già supersaturi “*perché ne parlano tutti*”; non innoviamo, ma corriamo sempre dietro al “**problema del momento**”, facendo al volo un paio di “*corsi a pagamento che se non li faise il pazzo o maili fanno tutti è il setto redel futuro*”.



In un’ottica di “macroeconomia categoriale”, siamo terribilmente passivi e ci muoviamo troppo spesso “in gregge”. Così, anno dopo anno, ecco che arrivano sul mercato migliaia di colleghi che hanno faticato per diventare bravi esperti di *mobbing*, che diventano un paio di anni dopo migliaia di esperti di *stress lavoro-correlato*, che diventano l’anno dopo migliaia di esperti di *bullismo*, che diventano poi migliaia di esperti di *mediazione*, che diventano poi migliaia di psicologi “*di base*”, o “*in farmacia*”, o “*del territorio*”, o di (*inserire qui settore a piacere*).

Che poi, sempre a migliaia, corrono a lasciare volantini dal medico di base quando tutti i colleghi vanno dal medico di base, e da quando poi è scattata la “moda” della farmacia eccoci tutti in fila alla farmacia... e quando scatterà la moda dell’andare a pubblicizzarsi presso (*inserire qui luogo a piacere*), tutti correranno a mettersi subito ordinatamente in fila anche lì, sinceramente convinti che “**no, dai, questa volta è vero**”, che questa volta sarà davvero la “*next big thing*”, che ci garantirà le “magnifiche sorti, e progressive” della psicologia professionale...

Paradosso dei paradossi: **seguiamo sempre la massa, facciamo sempre “le stesse cose”, ma speriamo che magicamente le cose**

**cambino. E se non lo fanno, è sempre e solo colpa di "qualcun altro"...**!

### **APRIAMO GLI OCCHI!**

**Non cambiano le cose, se per primi non cambiamo noi.**

Cambiamo la nostra "forma mentis", la nostra comprensione di come funziona il mercato economico-professionale, **la nostra tendenza a correre passivamente dietro a mode, dopo mode, dopo mode...**

Iniziamo NOI a dirci che, se da qualche parte corrono tutti e "che è la volta buona", **già solo per quello magari non è una buona idea mettersi in fila di corsa!**

Iniziamo NOI a sviluppare autonomamente linguaggi e competenze economiche, di marketing, giuridico-normative, di project-management e project-financing.

**Iniziamo NOI a comprendere quali sono i grandi trend sociali, e ad anticiparli intelligentemente con servizi innovativi che vi possano rispondere!**

Iniziamo NOI ad **INNOVARE** le nostre "proposte professionali", e a far fruttare il grande *valore aggiunto* che può portare un buon "esperto dei processi cognitivi, emotivi, relazionali" in moltissimi settori economici.

**Non esiste nessuna soluzione magica**, non esiste nessuna "Istituzione che ci salverà dall'alto", non esiste nessun "corso che costa un poco è vero, ma se lo fai trova il lavoro", nessun "psicologo di famiglia finanziato magicamente da non si sa chi": ci aiuteranno solo il lavoro innovativo di ognuno, l'impegno determinato e attivo di tutti, un lucido e duro orientamento al principio di realtà del mercato professionale.

**Questo è quello che dobbiamo costruire insieme, come Comunità Professionale.**

Questo è il radicale messaggio di **responsabilizzazione di tutti** che caratterizza **AltraPsicologia**. Ed abbiamo l'intenzione determinata, solida, energica di cambiare questo declino delle speranze professionali.



Lo stiamo già facendo con la nuova gestione dell'ENPAP, con la radicale innovazione della *Call for Ideas* e l'energico rilancio di Servizi agli iscritti e Trasparenza; lo stiamo facendo con grande intensità all'Ordine del Piemonte, a quello del Lazio, a quello delle Marche, che stanno vivendo un vero e proprio "Rinascimento istituzionale", pieni di servizi ai colleghi, e di attenzione alla promozione attiva della professione.

Vogliamo cambiare strutturalmente il ritmo della psicologia italiana e, oggettivamente, abbiamo già iniziato a creare nuova musica. **Potente.**

*Se ti riconosci... ti aspettiamo!*