

## PSICOLOGIA ON LINE: realta' virtuale e/o reale virtualita'.

di **Paolo Brusa**, Italia - Notiziario Ordine Psicologi del Piemonte, gennaio/febbraio 2003



L'attenzione alle consulenze psicologiche on line nasce dalla curiosità di affrontare un campo di applicazione della psicologia che si sta diffondendo velocemente anche in Italia, e che quindi rappresenta un terreno ricco di spunti di analisi e confronto, dai quali nascono varie e interessanti questioni, fautrici di ulteriori riflessioni.

Il lavoro della sottocommissione dell'Ordine "Immagine dello psicologo" è partito dalla ricognizione delle dimensioni del fenomeno, andando ad esaminare un numero limitato di siti internet scelti a caso tra gli oltre 1.650 siti consultabili dall'Italia identificati dal solo Virgilio.

Il lavoro di studio qui riportato vuole porsi come primo momento di ricognizione e conoscenza di un nuovo, enorme campo di applicazione della psicologia, non precludendolo a priori, ma aprendo a queste ed altre doverose riflessioni circa la sua natura e tipicità.

I siti visitati offrono, oltre a forme differenti di consulenze psicologiche, anche svariate informazioni in gradi differenti di quantità e qualità. Tra le informazioni aggiuntive offerte dai siti, si possono trovare il codice etico, anticipazioni su nuove pubblicazioni, indirizzi di professionisti contattabili sul territorio, relazioni presentate a convegni e giornate studio, pubblicità di seminari e convegni a pagamento.

Il centro dell'attenzione è costituito dalla consulenza in sé e per sé.

Iniziamo ad affrontare questo mondo composito e complesso partendo dal definirne i confini: possiamo definire come consulenza psicologica on line un particolare contatto che si crea tra una figura professionale e un privato cittadino che, attraverso la tecnica informatica, vengono a connettersi in un universo virtuale, cioè in internet, nel quale avviene uno scambio di informazioni tra i due.

Può essere utile partire dal punto zero e assumere la posizione di un fruitore che si siede di fronte al computer (a casa, in ufficio, in un café...); dopo l'accensione, sullo schermo appaiono le varie utility in icona. Con la connessione alla rete internet, attraverso un motore di ricerca, visita dei siti di consulenze psicologiche. Ne sceglie uno. Lo scorre e lo legge con attenzione, si registra come utente.

A quel punto gli può venire chiesto di inviare una mail che contenga il suo quesito, oppure gli appare una pagina web su cui scrivere direttamente il quesito. È diventato utente (o cliente? o paziente?). Dopo aver avuto conferma dell'arrivo del quesito, si sconnette da internet, chiude il computer, e torna nella realtà che lo circonda. La risposta gli giungerà in un tempo variabile da pochi giorni a due settimane, e potrà avere due forme: gratuita, se direttamente pubblicata sul sito e leggibile da tutti; a pagamento (in media €30) se vorrà riceverla in forma privata alla sua mail personale.

Possiamo, a proposito di una consulenza on line, dire che si tratti di realtà? Se consideriamo le dimensioni del fenomeno e la sua presa sulla società, dobbiamo rispondere affermativamente.

Partendo dall'assunto che l'utilizzo di internet, così come di qualunque mezzo di comunicazione di massa, è inserito in un sistema economico che ne determina la fortuna (e quindi la sua espansione e riproduzione) o la sfortuna (e quindi la progressiva diminuzione e scomparsa), il consistente numero di siti disponibili sul mercato italiano pare fornire una precisa indicazione della convenienza di tale prassi.

Si tratta probabilmente di una convenienza doppia: per chi gestisce i siti di consulenza, si offre uno spazio pressoché illimitato di pubblicità implicita (sono mediamente disponibili indicazioni su come contattare privatamente i professionisti che operano sul sito) ad un costo minimo (l'allestimento base di un sito internet può costare anche poche migliaia di Euro).

Anche il fruitore ha una sua convenienza economica immediata, dal momento che molti siti offrono consulenze gratuite in cambio dell'assenso a vedere pubblicata la risposta direttamente sul sito. La pubblicità implicita e interna della funzionalità del sito viene però così pagata (ecco il costo) dall'azzeramento della privacy del fruitore.

Inoltre, con la progressiva informatizzazione della società, la convenienza è data dalla disponibilità continua ad accedere alla consulenza on line, senza doversi spostare da casa, o dal posto di lavoro, senza doversi dire "vado dallo psicologo/a", dal momento che nella consulenza on line non esiste moto in luogo: nella consulenza on line, non è necessario che l'utente ammetta a se stesso e ad un altro una richiesta esplicita di aiuto.

Per testare le possibilità della psicologia on line, abbiamo creato due fruitori virtuali, inventandone il profilo, che hanno proposto ad alcuni siti alcune simulazioni di problematiche, al fine di sviluppare riflessioni sulla natura delle risposte. Tali analisi sono da considerare come un primo momento di stimolo per sviluppare ulteriori studi, dal momento che l'esperimento è stato condotto senza pretese di scientificità.

Come primo spunto, si è verificata la correttezza e l'eticità delle risposte: in un caso, la risposta non pareva essere formalmente e giuridicamente corretta, tanto da porre la pesante questione delle garanzie per l'utente esposto a rischio di dolo. In un altro caso, il linguaggio utilizzato pareva avere stili differenti a seconda del "falso" utente che aveva posto la domanda di consulenza, dando l'impressione che a fronte della stessa firma, fossero due professionisti diversi a rispondere.

In generale, dalle riflessioni scaturite dal materiale in risposta, l'impressione è che la funzione prioritaria della consulenza on line sia di natura sostanzialmente abreativa, quando non si costituisca come semplice ricetta di buona coscienza, non eccessivamente distante dalle rubriche di "commenti psicologici" che compaiono in molte riviste.

Rispetto alla carta stampata, in cui le rubriche sono spesso tenute da valenti e conosciuti professionisti, nel caso della psicologia on line, i nomi dei professionisti sono spesso sconosciuti al grande pubblico, e quindi ai potenziali fruitori. Inoltre, non sempre sono presenti gli estremi che ne permettano una identificazione, quali, ad esempio, il numero di matricola di iscrizione all'Albo, la sede e la posizione lavorativa.

Quando il fruitore si confronta con tale mancanza di informazioni, si viene a trovare in una posizione comunicativa particolare: il parere professionale verrà elargito da un professionista che per lui/lei vive totalmente nel terreno della rappresentazione. Il fruitore deve assumere per necessità, ma in misconoscenza, che le persone a cui si rivolge siano valenti professionisti.

È una fiducia "come se", in cui noi assumiamo una posizione transferale con una realtà virtuale.

La domanda posta dal fruitore, e la risposta del professionista on line, appaiono così paradossalmente come i punti di criticità dell'intero assunto della psicologia cibernetica.

L'apparire sullo schermo della domanda dell'utente, e l'apparire della risposta del professionista, sono infatti le uniche misure certe che definiscono i limiti del contatto, in cui l'unico dato reale è costituito dai due testi, mentre tutto il resto è un implicito nascondimento, sul quale diviene legge imperativa la sospensione del dubbio e del giudizio.

Diventa cioè implicitamente irrilevante il grado di nascondimento dello scambio, il grado di imponderabilità del contatto, il grado di finzione e menzogna del parlante, che qui non parla neppure, ma scrive ad una macchina, che a sua volta proietta la forma scritta in un universo virtuale al cui altro capo (?) corrisponde un professionista che risponde.

Queste iniziali riflessioni portano ad identificare una possibile fruizione della psicologia cibernetica soprattutto in termini di consulenza per sintomi lievi, che vedono nella mediazione del mezzo tecnologico un veicolo di abbassamento della soglia di diffidenza e timore rispetto ad un contatto diretto con il professionista. Inoltre, soprattutto per i giovani, rappresenta un contatto facile, non socialmente compromettente e in sintonia con l'evoluzione comunicativa. Un'applicazione a psicopatologie gravi appare invece poco percorribile, non solo in funzione delle brevi riflessioni qui portate, ma anche in considerazione della letteratura disponibile, che ben ne evidenzia gli effetti perversivanti (vedere in particolare i lavori di John Suler, [www.polit.org/ital/sulerit.htm](http://www.polit.org/ital/sulerit.htm)).

La complessa delicatezza dell'argomento risulta evidente dalle domande che in conclusione possiamo porci: è più preciso ascrivere la consulenza on line ad un ordine di realtà o ad un ordine del virtuale e dell'illusione? È più corretto parlare di contatto o di contratto? È più pertinente ragionare in termini di strumento (e mezzo) di comunicazione efficiente? Possiamo ipotizzarne un'utilità sociale? Possiamo considerarla come una occasione di promozione della professione? Come considerare l'applicabilità del codice deontologico? Come misurarne la funzionalità e l'efficacia? A quali ambiti di intervento si può legare tale pratica professionale?