

CONSIGLIO NAZIONALE DELL'ORDINE DEGLI PSICOLOGI

COMUNICATO STAMPA

APPROVATO A LARGHISSIMA MAGGIORANZA IL NUOVO CODICE DEONTOLOGICO DEGLI PSICOLOGI ITALIANI.

Le modifiche hanno riguardato in particolare le norme in materia di tariffe e pubblicità e hanno raccolto le istanze poste ai professionisti dalla legge 248/06 (ex decreto Bersani).

Il Presidente del Consiglio Nazionale dell'Ordine degli Psicologi, Giuseppe Luigi Palma, esprime soddisfazione per l'esito del referendum consultivo che ha chiamato alle urne gli psicologi italiani per approvare il nuovo Codice Deontologico.

Il referendum, com'è noto, riguardava in particolare la modifica di due articoli del Codice deontologico, il n. 23 e il n. 40, e si era reso necessario per dare attuazione alla Legge 248/06 (ex Decreto Bersani).

Le modifiche, approvate a larghissima maggioranza, hanno stabilito che, per quanto riguarda le tariffe : (art.23)

"Lo psicologo pattuisce nella fase iniziale del rapporto quanto attiene al compenso professionale . In ogni caso la misura del compenso deve essere adeguata all'importanza dell'opera e al decoro della professione.

In ambito clinico tale compenso non può essere condizionato all'esito o ai risultati dell'intervento professionale; in tutti gli ambiti lo psicologo è tenuto a non superare le tariffe ordinistiche massime, prefissate in via generale a tutela degli utenti."

E' stato così abolito, secondo le indicazioni del decreto Bersani, l'obbligo della tariffa minima.

Per quanto riguarda invece la possibilità di pubblicizzare la propria attività, (art. 40) il nuovo codice stabilisce che:

Indipendentemente dai limiti posti dalla vigente legislazione in materia di pubblicità, lo psicologo non assume pubblicamente comportamenti scorretti finalizzati al procacciamento della clientela.

In ogni caso, può essere svolta pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto, nonché il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio il cui rispetto è verificato dai competenti Consigli dell'Ordine. Il messaggio deve essere formulato nel rispetto del decoro professionale, conformemente ai criteri di serietà scientifica ed alla tutela dell'immagine della professione.

La mancata richiesta di nulla osta per la pubblicità e la mancanza di trasparenza e veridicità del messaggio pubblicizzato costituiscono violazione deontologica.

Dunque con il nuovo codice deontologico al professionista psicologo viene riconosciuto il diritto alla pubblicità, ma nell'ambito di regole e parametri ben precisi che tutelino tanto il decoro della professione quanto gli utenti.

"Sono molto soddisfatto - ha dichiarato il presidente Palma- per la grande sensibilità e l'interesse che sempre la comunità degli psicologi dimostra quando si tratta di tutelare e difendere i propri utenti da comportamenti scorretti e da abusi della professione. Faccio appello adesso ai mass media- ha aggiunto Palma - affinché ci aiutino a comunicare agli utenti cosa devono aspettarsi da un professionista psicologo serio in materia di tariffe e pubblicità.

Ringrazio tutti, psicologi e giornalisti, per la collaborazione ."