



# Linee guida di deontologia professionale nei percorsi di selezione e valutazione del personale

 Nell'ambito di queste attività l'esperto assume importanti responsabilità professionali sia rispetto alla correttezza delle procedure utilizzate in rapporto ai **soggetti valutati**, sia nei confronti dei **soggetti committenti**.

 Occorre operare una distinzione fra percorsi di selezione di **candidati esterni** e percorsi di valutazione del **personale interno** all'Organizzazione, così come alla distinzione fra le situazioni che si trovano a gestire rispettivamente un **esperto che opera all'interno dell'Organizzazione committente** e un **esperto che riveste una posizione di consulente esterno**.

## Valori e principi professionali

### 1. Responsabilità'

**Responsabilità individuale.** Nella professione si maturano dei **diritti** ma si è anche titolari di **obblighi**. E di questi obblighi si deve rendere conto per quanto riguarda le conseguenze che il proprio operato può determinare nei confronti delle persone e delle attività affidate. Il valore responsabilità rimanda, quindi, alla **consapevolezza di un vincolo personale con gli impegni assunti** o accettati anche quando non si è avuta la libertà di rifiutarli.

**Responsabilità professionale.** L'esperto di selezione e valutazione agisce secondo **standard professionali**, aderisce ai **doveri professionali** del ruolo, accetta le **responsabilità** relative al suo comportamento e adatta i propri metodi ed i propri bisogni ai differenti gruppi di persone. Collabora con altri professionisti e istituzioni per operare al meglio nell'interesse dei propri clienti, committenti, altri destinatari dei propri servizi, in particolare nei confronti dei candidati.

**Responsabilità sociale.** La responsabilità vuole essere anche una caratteristica sociale, che contribuisce alla percezione della professione e genera **visibilità** perché in grado di sviluppare **qualità** nell'attività svolta nei confronti del cliente (committente e candidato) e della persona. Gli esperti di selezione e valutazione sono quindi interessati al consenso etico della condotta scientifica e professionale dei loro colleghi e, quando è opportuno, si consultano con loro al fine di prevenire ed evitare comportamenti non etici. Essi sono consapevoli delle loro responsabilità scientifiche e professionali nei confronti della società in cui vivono e lavorano. Si adoperano per evitare l'uso improprio del lavoro e applicano le loro conoscenze, maturate attraverso un continuo **aggiornamento** e **perfezionamento di studi e tecniche**

**scientifiche**, al fine di eliminare le cause che impediscono la crescita della persona.

## 2. Integrità'

**Integrità professionale.** L'integrità fa riferimento all'agire di tipo tecnico, quello più squisitamente professionale, e diventa **rigore metodologico, disciplina, acquisizione di criteri di sistematicità e di razionalità**. Nel fare questo gli esperti di selezione e valutazione sono **onesti, giusti e rispettosi degli altri**.

**Integrità personale.** L'integrità personale fa riferimento ad un richiamo etico e deve essere intesa come **serietà**, come **trasparenza**, sia nei confronti del committente che del candidato.

## 3. Autonomia

Essere autonomi significa riuscire a sviluppare un ruolo di autorità rispetto a sé stessi e costruire un proprio sistema di riferimento. Autonomia significa liberarsi dalle forme negative della dipendenza (il compiacimento, la ricerca a tutti i costi dell'approvazione,...), dalla controdipendenza (difensività, proiezione sugli altri dei problemi e delle responsabilità,...), dall'indipendenza come forma di estraneità e di autosufficienza in cui la relazione è negata all'origine. Resta l'interdipendenza come unica configurazione relazionale che mantiene la finalità primaria quella di preservare e far evolvere il rapporto.

## 4. Competenza

Competenza significa:

- conoscenza di sé (qualità, limiti, pregiudizi)
- flessibilità
- possesso di conoscenze
- impegno (tensione al miglioramento)

## 5. Cura dell'altro

**Rifuggire dalle difese offerte dal ruolo.** Prendersi cura vuole anche dire non interagire con l'altro protetti dalla posizione sicura data dal ruolo e gestire la asimmetria del rapporto governando sia il rischio di imposizione e controllo, che quello della permissività e dell'assenza di regole. Prendersi cura vuole anche dire evitare un atteggiamento "oracolare", in cui il selezionatore legge significati nascosti o impone all'altro il ruolo di chi viene sostenuto riservando a se stesso la funzione di chi "cerca di fare il bene".

**La relazione con l'altro come relazione d'aiuto.** Se l'azione del curare comporta, attraverso la relazione con l'altro, una crescita, la selezione diventa anche relazione d'aiuto. Relazione di aiuto che si fonda su una specifica caratteristica: aiutare l'altro a comprendere la situazione e a gestire il rapporto con piena responsabilità. Chi fa selezione deve rifiutare la tentazione di indebolire l'altro attraverso la propria direttività e competenza. Le soluzioni devono venire per quanto possibile dalla persona in selezione: l'aiuto consiste

nel rendere possibile la attivazione o l'organizzazione di tutte le risorse possedute.

## 6. Rispetto dell'altro

**Ascolto.** Molte possono essere le dimensioni del rispetto. Ma si può parlare di rispetto solo quando è presente la volontà di ascolto che si fa disposizione verso l'altro e sensibilità interpersonale. L'ascolto favorisce la sensibilità diagnostica e la comprensione della mentalità, degli interessi, dei bisogni e delle prospettive degli altri.

**Collaborazione.** Gli esperti di selezione e valutazione conoscono le differenze di potere, reali e attribuite, che caratterizzano la selezione e non sfruttano, ingannano o si approfittano degli altri prima durante o dopo tale relazione professionale. Rispetto significa collaborazione, cioè apertura, disponibilità genuina a discutere, confrontarsi, operare con l'altro. Gli esperti di selezione e valutazione si sottraggono, quindi, al gioco di scambiare informazioni non condivise, di sottrarre dati, di non comunicare, di fare promesse irrealistiche.

**Servizio.** Il rispetto diventa anche desiderio di aiutare e "servire" gli altri, scoprendone e soddisfacendone successivamente le necessità .

**ANALISI DELLA DOMANDA** che il committente pone allo psicologo

## Competenze necessarie



### Conoscenze

1. Conoscenza dei **modelli** e delle **prassi di consulenza**, della loro applicabilità in relazione a specifici contesti, degli obiettivi che perseguono e dei risultati che ottengono.
2. Conoscenza del **concetto di cultura organizzativa**
3. Conoscenza di un modello **di analisi delle Organizzazioni** da punto di vista strutturale, funzionale, psicosociale.



### Capacità

Capacità di **riconoscere gli aspetti impliciti della domanda**, relativi sia all'utilizzo secondario che l'Organizzazione, anche inconsapevolmente, può perseguire attraverso l'intervento, sia al ruolo che è attribuito al consulente entro il sistema di rapporti che esiteranno dalla realizzazione dell'intervento di selezione e valutazione.

## COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI

Nel caso della **ricerca del personale**, ci si riferisce alle fasi di reclutamento dei candidati, ad esempio attraverso inserzioni o ricerca per elenchi, di screening dei curricula, di contatto telefonico preliminare alla fase selettiva; nel caso di **processi di valutazione di personale interno**, ci si riferisce alle fasi di divulgazione interna delle informazioni, di convocazione, di presentazione del percorso di valutazione al personale coinvolto così come a quello non coinvolto.

## Competenze necessarie



### Conoscenze

- Conoscenza del ruolo professionale di riferimento (mansioni, funzioni, obiettivi, rapporto con altri ruoli).
- Conoscenza dei principali pregiudizi e aspettative che possono essersi formati nei candidati sul percorso di selezione o di valutazione.



### Capacità

- Capacità di informare e formare adeguatamente sul ruolo professionale di riferimento le persone coinvolte nel processo di screening dei curricula e nella fase di contatto telefonico.
- Capacità di elaborare un'inserzione chiara.
- Capacità di gestione (intesa come capacità di cogliere, analizzare, rispondere in modo chiaro, non ambiguo né oppositivo) degli eventuali pregiudizi e delle aspettative dei candidati sul percorso di selezione o valutazione.

## GLI STRUMENTI DELLA SELEZIONE

(test, esercitazioni individuali e di gruppo)

## Competenze necessarie



### Conoscenze

- Conoscenza di un ventaglio differenziato di **strumenti testologici**, al fine di garantire una scelta mirata e adeguata degli strumenti rispetto ai profili professionali da indagare.
- Conoscenza delle **basi teoriche del testing psicologico: validità, attendibilità, probabilità di errore.**
- Conoscenza di un **modello di analisi dei ruoli professionali.**
- Conoscenza delle **metodologie di elaborazione dei profili professionali.**
- Conoscenza delle principali teorie e **tecniche di costruzione di test.**
- Conoscenza dei principali **modelli generativi delle esercitazioni individuali** (presa di decisioni, problem solving, comunicazione, creatività, pianificazione, ecc.).
- Conoscenza delle principali **teorie sui gruppi e le relative dinamiche.**



### Capacità

- Capacità di **interpretare le caratteristiche di validità e attendibilità** degli strumenti utilizzati.
- Capacità di **individuare la corrispondenza fra attitudini e caratteristiche indagate dallo strumento**, da un lato, ed **elementi del profilo di ruolo**, dall'altro.

- Capacità di **filtrare** dalla complessità di un profilo testologico quelle **informazioni e quegli elementi specificamente inerenti alle caratteristiche** (atteggiamenti, attitudini, competenze) **del ruolo professionale concordato**.
- Capacità di **leggere le dinamiche di gruppo**.
- Capacità di **tradurre i modelli teorici di riferimento in categorie applicative di osservazione**.

## IL COLLOQUIO DI SELEZIONE

Il colloquio è **una conversazione tra esperto e candidato** finalizzata all'acquisizione di sufficienti elementi di **valutazione di idoneità** delle caratteristiche, idee, aspirazioni, motivazioni, opinioni ed esperienze del candidato stesso rispetto ad una posizione specifica o agli obiettivi di un percorso di valutazione, **sulla base di indicazioni delineate dalla committenza**.

### Competenze necessarie



#### Conoscenze

- Conoscenza della **dinamica relazionale e comunicativa**.
- Conoscenza delle **tecniche di intervista strutturata**, degli **strumenti, metodologie e riferimenti del colloquio**.
- Conoscenza **di sé**, delle proprie **modalità relazionali** e delle proprie **reazioni**.
- Conoscenza della posizione e del **contesto di riferimento** (quando le informazioni relative possono essere accessibili).



#### Capacità

- Capacità di **utilizzare la competenza psicologica con finalità non terapeutiche**.
- **Empatia** come capacità di cogliere i "segnali" dell'altro avendo a disposizione un **tempo limitato**.
- **Capacità di ascolto e comunicazione**.
- **Capacità di analisi**, relativa ai diversi aspetti della vita del selezionato.
- **Capacità espositiva** intesa come capacità di utilizzare linguaggi diversi, facendosi comprendere dal candidato.
- Capacità **consulenziali**.
- Capacità **diagnostiche e valutative**.
- Capacità di **riconoscere e gestire le proprie reazioni emotive e i propri pregiudizi** nel rapporto col candidato.

## RESTITUZIONE E CONSERVAZIONE DEI DATI

E' il processo di rielaborazione e restituzione dei dati rilevati e rilevanti del processo di valutazione/selezione. Solitamente, la sintesi di questi dati costituisce la base per il **report** al committente e all'utente.

### Competenze necessarie



#### Conoscenze

- Conoscenza delle problematiche connesse alla **tutela della privacy**, sia relative alla normativa vigente, sia relative più globalmente al rispetto della persona.
- Conoscenza dei **meccanismi di difesa** che la persona utilizza anche inconsapevolmente ad autotutela.



#### Capacità

- Capacità di ricondurre a **sintesi globale** gli elementi emersi lungo il processo di valutazione senza tralasciare particolari rilevanti.
- Capacità di utilizzare forme e **linguaggi di restituzione adatti a essere compresi dalla committenza e dagli utenti** conservando al tempo stesso la specificità degli elementi tecnico professionali.

## PUBBLICITA' DELLE ATTIVITA' OGGETTO DELLA PROFESSIONE DI PSICOLOGO

(Approvato dal Consiglio Nazionale dell'Ordine degli Psicologi Italiani in data 09 .12.1999)

### **Art. 1** DEFINIZIONE GENERALE

La pubblicità delle attività psicologiche va intesa e realizzata come **servizio** per l'informazione alla collettività.

In tale prospettiva **il messaggio deve essere veritiero e formulato in termini oggettivi, senza alcuna finalità promozionale**, nel rispetto del decoro professionale, conforme ai criteri della serietà scientifica ed alla tutela dell'immagine della professione.

### **Art. 2 FORME DI PUBBLICITA'**

Agli psicologi iscritti all'Ordine che operano sul territorio nazionale è consentita la pubblicità mediante **targhe** apposte sull'edificio in cui viene svolta l'attività professionale, nonché mediante **inserzioni sugli elenchi telefonici, sugli elenchi generali di categoria, attraverso i periodici destinati esclusivamente agli esercenti le professioni sanitarie** ed attraverso **giornali quotidiani e periodici di informazione**.

La pubblicità è consentita anche sulle **pagine WEB di Internet**.

Contenuto delle informazioni pubblicitarie

### **Art. 3 CONTENUTO DELLE INFO PUBBLICITARIE**

Le targhe e le inserzioni di cui all'art. 2 possono contenere soltanto le seguenti indicazioni:

**a. - nome, cognome, indirizzo, numero telefonico ed eventuale recapito del professionista, orario delle visite o di apertura;**

**b. - titoli di studio e professionali.** Dopo il titolo può essere menzionato l'indirizzo specifico seguito nel corso di laurea, nei termini qui riportati in via esemplificativa: "dottore in psicologia indirizzo applicativo"; "dottore in psicologia ad indirizzo sperimentale"; "dottore in psicologia ad indirizzo di psicologia generale e sperimentale"; "dottore in psicologia ad indirizzo di psicologia dello sviluppo e dell'educazione"; "dottore in psicologia del lavoro e delle organizzazioni";

**c. - titoli di specializzazione e/o di formazione post lauream.**

L'uso della qualifica di specializzazione è consentito a coloro che abbiano conseguito il relativo diploma, senza abbreviazioni che possano indurre in errore o in equivoco.

**Alla indicazione della specializzazione possono essere aggiunte quelle dell'indirizzo formativo teorico - clinico seguito, del settore di attività, del setting di riferimento o dell'ambito di intervento.**

Per quanto riguarda l'indirizzo formativo teorico - clinico possono essere utilizzate diciture quali: "psicoanalitico", "psicologo-analitico", "sistemico", "cognitivo comportamentale", "analitico transazionale".

Per quanto riguarda il setting o l'ambito d'intervento possono essere usate diciture quali:

"terapia individuale", "terapia di gruppo", "terapia familiare e/o di coppia", "terapia infantile e/o dell'adolescente".

L'uso delle espressioni di cui ai comma precedenti è consentito a condizione che sia fornita al Consiglio Regionale competente la documentazione sulla specifica formazione conseguita e/o sulla attività svolta nella disciplina di riferimento, ovvero nel settore in cui si intende esercitare, per un periodo per lo meno pari alla durata legale del relativo corso universitario e comunque non inferiore a tre anni.

E' vietato l'uso di titoli conseguiti all'estero se non riconosciuti dallo stato italiano;

**d. - titoli di carriera e accademici in ambito psicologico.**

Può essere menzionata la disciplina di insegnamento e l'istituto scolastico o universitario di riferimento, specificando la qualifica, se, cioè, professore ordinario, associato, incaricato e via dicendo;



e. - **onoreficenze** concesse o riconosciute dallo stato.

#### **Art. 4 ATTIVITÀ SANITARIA E NON IN AMBITO PSICOLOGICO**

La professione di psicologo comprende attività che attengono a due aree e/o competenze, quella non sanitaria in ambito psicologico e quella sanitaria in ambito psicologico e psicoterapeutico.

**L'informazione pubblicitaria non sanitaria**, non contemplata dalla legge 175/92 e successive modificazioni, **non è soggetta alle disposizioni sull'autorizzazione del Sindaco e deve essere sottoposta al parere del Consiglio Regionale competente** secondo le procedure e le modalità previste all'art. 7.

**L'informazione pubblicitaria dell'attività sanitaria**, disciplinata dalla legge 175/92 e successive modificazioni, **deve essere autorizzata dal Sindaco**, in conformità alle procedure ed alle modalità previste all'art.7.

#### **Art. 5 CONTENUTO DELL'INFORMAZIONE PUBBLICITARIA DELL'ATTIVITÀ NON SANITARIA**

Le targhe, e le inserzioni di cui all'art. 2 riguardanti l'attività non sanitaria in ambito psicologico possono contenere le indicazioni specificate all'art. 3, in quanto applicabili. In particolare, può essere indicata lo specifico **settore dell'attività professionale**, nei termini qui riportati in via esemplificativa: "psicologia del lavoro e dell'organizzazione"; "psicologia dello sport"; "psicologia dei contesti educativi"; "psicologia di comunità"; "psicologia giuridica"; "psicologia ambientale"; "ricerca psicologica".

Per l'uso di tali espressioni deve essere presentata, unitamente alla domanda indirizzata al Consiglio Regionale competente di cui all'art. 7, la documentazione dalla quale risulti avere conseguito una specifica formazione, ovvero avere svolto attività nel settore indicato per un periodo complessivamente non inferiore alla durata legale dei relativi corsi universitari di specializzazione.

#### **Art. 6 CONTENUTO DELL'INFORMAZIONE PUBBLICITARIA DELL'ATTIVITÀ SANITARIA**

Gli iscritti all'albo che esercitano l'attività sanitaria sono tenuti ad osservare il presente atto di indirizzo e le disposizioni della legge 175/92 e successive modificazioni, in quanto applicabili.

**Le targhe e le inserzioni di cui all'art. 2 possono contenere soltanto le indicazioni previste all'art. 3.**

Gli iscritti all'albo che abbiano ottenuto il riconoscimento ad esercitare l'attività psicoterapeutica ai sensi dell'art. 35 della legge 56/89 possono usare la dicitura psicologo – psicoterapeuta.

#### **Art. 7 AUTORIZZAZIONE DEL SINDACO E PARERE DELL'ORDINE**

Per **l'informazione pubblicitaria relativa all'attività sanitaria** necessita **l'autorizzazione del Sindaco**, che la rilascia **previo nulla osta del Consiglio Regionale o Provinciale** presso il cui albo è iscritto il richiedente.

Quando l'attività professionale, a cui si riferisce l'informazione pubblicitaria sia svolta in Regione o in Provincia diversa da quella di iscrizione all'albo professionale, il nulla osta è rilasciato dal Consiglio della Regione o della Provincia in cui viene diffuso l'annuncio medesimo.

Ai fini del rilascio dell'autorizzazione comunale, **il professionista deve inoltrare domanda al Consiglio Regionale o Provinciale competente**, corredata da una descrizione dettagliata del tipo, delle caratteristiche estetiche e dei contenuti dell'annuncio pubblicitario e della documentazione



comprovante i titoli e le attività menzionate. Inoltre deve essere depositata la documentazione probante sugli indirizzi indicati e sulla formazione conseguita. Il Consiglio trasmette la domanda al Sindaco, con il proprio nulla osta, entro 30 giorni dalla data di presentazione.

Per **l'informazione pubblicitaria relativa all'attività non sanitaria** è necessario il parere favorevole del **Consiglio Regionale o Provinciale** competente.

**La domanda va inoltrata al Consiglio della Regione o della Provincia** in cui viene diffuso l'annuncio medesimo corredata dagli stessi dati e dalla stessa documentazione di cui al comma 3.

Trascorsi 60 giorni dalla presentazione della domanda di parere, senza che il Consiglio si sia espresso in merito, il parere si deve intendere come favorevole. Analoga procedura deve essere osservata per la pubblicità diffusa via Internet. Il contenuto del messaggio deve essere formulato nei termini definiti agli artt. 3 e 5.

**L'autorizzazione del Sindaco ed il parere del Consiglio Regionale o Provinciale dell'Ordine debbono essere rinnovati solo qualora siano apportate modifiche al testo originario dell'informazione pubblica.**

**Per l'iscrizione sulle carta intestata e sui biglietti da visita che debbono essere quelle specificate all'art. 3 non è necessario nè l'autorizzazione del Sindaco nè il parere del Consiglio Regionale dell'Ordine.**

#### **Art. 8 ASSOCIAZIONI TRA PROFESSIONISTI**

Le disposizioni degli artt. 2, 3, e 7 si applicano anche alle associazioni tra professionisti in qualsiasi forma costituite.

Dopo le diciture relative al tipo d'associazione, come previsto dallo statuto costitutivo, debbono essere riportati nel messaggio pubblicitario i nomi e i cognomi degli psicologi associati, con la possibilità di utilizzare le altre locuzioni di cui agli artt. 3, 4 e 5.

#### **Art. 9 CARATTERISTICHE ESTETICHE**

Per le caratteristiche estetiche delle targhe, delle insegne e delle inserzioni, si applica, in quanto compatibile, la disciplina di cui al decreto del Ministro della Sanità del 16 settembre 1984 n° 657.

#### **Art. 10 SITUAZIONI DI ABUSO; PROCEDIMENTO DISCIPLINARE**

##### **E SANZIONI**

Gli esercenti la professione di psicologo che effettuino pubblicità nelle forme consentite **senza l'autorizzazione**, ovvero senza parere del Consiglio Regionale o Provinciale dell'Ordine, sono sottoposti a procedimento disciplinare ed assoggettati **alla sanzione disciplinare della censura o della sospensione da uno a sei mesi.**

**Se la pubblicità, non autorizzata o priva del prescritto parere, contiene indicazioni false, la sospensione è da sei mesi ad un anno.**

Alla stessa sanzione sono assoggettati gli psicologi che effettuino la pubblicità, a qualsiasi titolo, con **forme e mezzi non disciplinati dal presente atto di indirizzo.**

