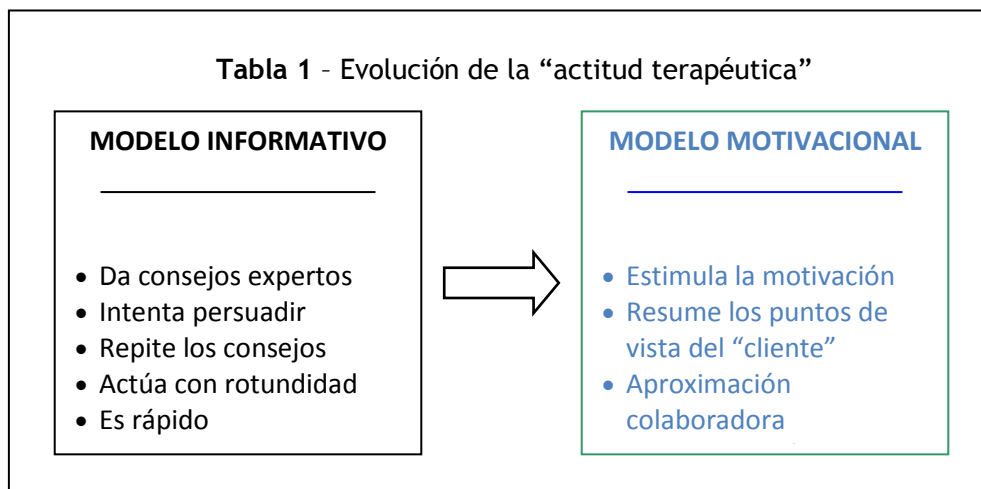


LA ENTREVISTA MOTIVACIONAL

Qué es la Entrevista Motivacional

La entrevista motivacional (EM) se enmarca dentro del llamado **“Modelo Motivacional”**, por contraposición al llamado “modelo clínico informativo” donde el/la terapeuta (educador/a, asesor/a, tutor/a) actúa como experto y da consejos o trata de persuadir al cliente (adolescente) para que cambie su conducta. Mientras este modelo clínico informativo atribuye la resistencia al cambio a un mero asunto de “falta de voluntad” (“es que no quiere cambiar”), el modelo motivacional trata de **adecuar sus intervenciones a los procesos motivacionales subyacentes a todo proceso de cambio.**



1

Las estrategias muy directas, “de experto”, focalizadas en lo que el/la educador/a considera como problema, con intentos claros de influir en el comportamiento de los/as chavales/as y con consejos prematuros suelen provocar a menudo la resistencia al cambio de los/as adolescentes, además de desatender la importancia de los procesos cognitivos y emocionales de cambio que acontecen en su fuero interno.

La entrevista motivacional, por el contrario, **“es un estilo de asistencia directa, centrada en el cliente, para provocar un cambio en el comportamiento, ayudando a los/as clientes a explorar y resolver *ambivalencias* (contradicciones)”¹**. Es un estilo que trata de aumentar la conciencia de las personas sobre sus riesgos de salud, y su capacidad para hacer algo al respecto.

El estilo de comunicación de la EM es el de guía. Es decir, no se le impone ni el cambio, ni las acciones ni el camino a tomar, sino que se acompaña en el proceso y se propone solo en caso de solicitud por parte del usuario/a.

Todo ello a través de una conversación colaboradora para reforzar la motivación y el compromiso para el cambio². El **espíritu** de este método se caracteriza por los siguientes **cuatro conceptos interrelacionados entre sí:**

¹ Miller, W.R. y Rollnick, S. (1999): **La Entrevista Motivacional. Preparar para el cambio de conductas adictivas**. Paidós. Puede consultarse esta obra para completar la información que se ofrece en este apartado.

² Miller, W.R. y Rollnick, S. (2013): **La Entrevista Motivacional. Ayudar a las personas a cambiar**. Paidós. Puede consultarse esta obra para completar la información que se ofrece en este apartado.

El espíritu de la EM



Figura 1. Imagen del libro “La Entrevista Motivacional: Ayudar a las personas a cambiar” de Miller, W.R. y Rollnick, S.

1. Colaboración (vs. Confrontación)

- a. Se hace “para” y “con” la persona.
- b. Es tarea del/la adolescente, y no del/la profesional, articular su propias contradicciones: el/la educador/a facilita la expresión de la postura ambivalente y guía al/la adolescente hacia una resolución que le conduzca al cambio.
- c. Se trata de ayudar a los/as adolescentes a examinar y resolver sus ambivalencias o contradicciones: es decir, la distancia entre dónde se ven y dónde les gustaría estar, la discrepancia entre sus comportamientos, los resultados que obtienen con ellos, y los resultados que desearían conseguir
- d. La disponibilidad al cambio no es un rasgo de personalidad o un asunto de mera “voluntad de cambiar”, sino que es también fruto de una relación interpersonal. Este punto es clave. La comunicación interpersonal es interactiva, es decir, que cambios en el comportamiento de un interlocutor provoca cambios en el otro³. Por ejemplo, todos sabemos que una persona puede estar más o menos dispuesta a aceptar una crítica en función de la forma como se la presentemos. La “resistencia a cambiar”, por lo tanto, no es sólo un asunto que dependa de la voluntad del/la adolescente, es también un asunto que compete al propio profesional que le atiende.
- e. La motivación hacia el cambio parte del/la cliente (adolescente), y no se impone sin él/ella: se trata de identificar y sacar a la luz los valores y metas intrínsecas del/la adolescente para estimular el cambio de comportamiento.

2

2. Aceptación (Vs. Imposición):

- a. Respeto profundo hacia el otro/a. Aceptar a la otra persona no necesariamente su conducta o el *statu quo*.
- b. Implica reconocer el valor y el potencial inherentes a todo ser humano. Así como también buscar y considerar las capacidades y los esfuerzos del otro.

³ Sobre la naturaleza interactiva de la comunicación y las habilidades de comunicación en la relación de ayuda, recomendamos la siguiente publicación:

Costa, M. y López, E. (1996): *Manual para el Educador Social; habilidades de comunicación en la relación de ayuda* (2 carpetas). Ministerio de Asuntos Sociales. (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA).

- c. También requiere respetar y fomentar la autonomía del otro y su derecho y capacidad irrevocable para decidir qué dirección tomar⁴.
- d. Cuando las personas se sienten aceptadas tal y como son, se sienten libres para cambiar.
- e. Herramienta básica para ello la empatía (ver más adelante).

3. Evocación (Vs. Educación):

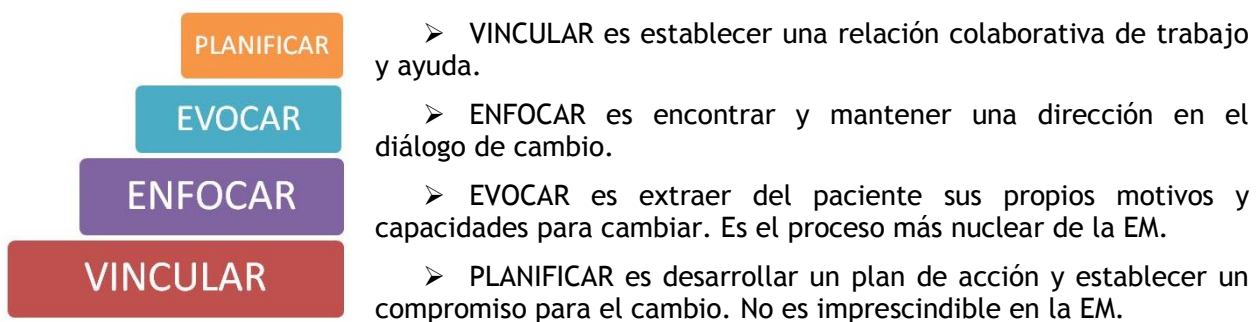
- a. Esta característica parte de que **las personas ya tienen en su interior lo que necesitan** y la tarea del educador/a se limita a evocar y a activarlo. Es muy importante centrarse en los puntos fuertes y los recursos de la persona y entenderlos bien, en lugar de indagar en busca de carencias.
- b. **La persuasión directa no es un método efectivo de resolver la ambivalencia:** aunque es tentador tratar de ayudar convenciendo al/la adolescente de la urgencia del problema y de la necesidad de cambio, diciéndole lo que debe hacer, por lo general estas tácticas aumentan la resistencia al cambio. Los argumentos deben seguir la línea del/la adolescente, no la del profesional.
- c. **El estilo del/la profesional debe ser tranquilo y evocador:** para alguien que esté acostumbrado a discutir y dar consejos, la entrevista motivacional puede parecerle un proceso desesperadamente pasivo y lento. Sin embargo, la discusión y las estrategias más agresivas y que se enfrentan a la negativa de los/as adolescentes suelen caer fácilmente en forzarles a realizar cambios para los que aún no están preparados.

4. Compasión (Vs. Indiferencia):

- a. Ser compasivo significa **promover activamente el bienestar del otro y dar prioridad a sus necesidades.** Acercándonos al dolor del otro con interés de aliviarle.

3

Los 4 procesos



1) VINCULAR:

Consiste en vincular al usuario/a en una relación de colaboración. Es bidireccional. Es decir, el cómo nos sentimos nosotros puede afectar a la conexión con el/la usuario/a a

⁴ Deci, E. L., & Ryan, R.M. (1985): *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.

quien intentamos ayudar. Es el combustible que impulsa la buena atención y el funcionamiento de la relación en la EM.

Tres aspectos de la vinculación positiva:

- Establecimiento de una relación de confianza y de respeto mutuo.
- Consenso acerca de los objetivos de tratamiento.
- Colaboración sobre tareas negociadas para alcanzar esos objetivos.

Para saber si realizamos un buen vínculo podemos hacernos las preguntas que se muestran en la Figura 3. Aunque cabe mencionar que uno de los resultados de un buen vínculo es que le paciente vuelva a estar con nosotros/as. El vínculo puede aparecer en minutos o necesitar más tiempo. Y es necesario para poder pasar a los posteriores pasos. Dicho vínculo puede predecir el resultado del proceso.

También es importante evitar posibles trampas, expresadas en la tabla X.

2) **ENFOCAR:**

Para poder ser un buen guía, hay que saber adónde se va. Una vez que se han sentado como mínimo las bases para la vinculación, el siguiente paso es aclarar la meta hacia la que el entrevistador/a y el entrevistado/a avanzarán juntos/as.

Permite buscar, encontrar y mantener la dirección de la entrevista.

Existen ***tres estilos de enfoque:***

- ***Directivo:*** En este caso es el entrevistador/a quien decide el foco. No es estilo ideal para practicar en EM pero puede existir alguna circunstancia en la que resulta adecuado adoptar un estilo directivo.
- ***Acompañamiento:*** En este caso el entrevistado/a es quien decide partir de sus propias prioridades. Con el acompañamiento intentamos entender al usuario/a y su foco, para hacer todo lo posible para que la dirección, el impulso y el contenido de la conversación se corresponda con ella.
- ***Guía:*** Esta entre los dos estilos anteriores. Promueve una búsqueda colaborativa de dirección, una reunión de expertos (experto en su vida y experto en el acompañamiento de procesos de cambio).

- ✓ ***Tipos de escenario:*** A veces hay un foco claro, a veces hay varios y en ocasiones el foco no es claro y hay que seguir investigando.
 - El foco está claro.
 - Hay varios focos y debemos priorizar -> pactar agenda y priorizar.
 - No está claro y debemos explorar.

Posibles herramientas para ello ***“Preguntar, información, preguntar”***: Es importante averiguar qué información necesitas y que información puede resultarle útil.

Figura 2. Recuadro 11.2. del libro de Miller, W.R. y Rollnick, S. (2013): La Entrevista Motivacional. Ayudar a las personas a cambiar.

Recuadro 11.2. Preguntar-Informar-Preguntar

	Tareas	En la práctica
PREGUNTAR	<ul style="list-style-type: none"> • Pedir permiso. • Aclarar las necesidades y las lagunas de información. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Puedo...? ¿Le gustaría que le explicase...? • ¿Qué sabe acerca de...? • ¿Qué le gustaría saber? • ¿Qué le gustaría que le explicase?
INFORMAR	<ul style="list-style-type: none"> • Priorizar. • Ser claro. • Preguntar-informar-preguntar. • Fomentar la autonomía. • No prescribir la respuesta de la persona. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es lo que la persona necesita/quiere saber sobre todo? • Evitar la jerga. Utilizar un lenguaje cotidiano. • Ofrecer información poco a poco y dejar espacios para la reflexión. • Reconocer la libertad para estar en desacuerdo o para no hacer caso de la información. • Presentar lo que se sabe, sin interpretar lo que pueda significar para el cliente.
PREGUNTAR	<ul style="list-style-type: none"> • Averiguar cómo interpreta, entiende o responde el cliente a la información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formular preguntas abiertas. • Reflejar las reacciones que perciba. • Dejar tiempo para procesar la información y responder ante la misma.

3) EVOCAR:

Teniendo en cuenta la información previamente expresada como parte del espíritu de la EM, evocar se convierte en uno de los pasos fundamentales para poder detectar y promover el discurso de cambio y a la vez fomentar la autoeficacia del entrevistado/a.

Cuando el/la adolescente/adulto incrementa el dialogo de cambio y reduce el de mantenimiento, se acerca al cambio y ello es influenciado por el entrevistador/a.

¿Cómo detectar el discurso de cambio?

A través de frases “Yo quiero...” “yo necesito...” y haciendo uso de reflejos para poder motivar y potenciar el paso a la siguiente fase.

Dos tipos de discurso de cambio:

- 1) **DARN:** Discurso de cambio preparatorio
 - Deseo de cambio: quiero, me gustaría,...
 - Aptitudes de cambio puedo: podría,...
 - Razones de cambio: Sí...entonces, para mí es importante.
 - Necesidad de cambio, necesito, tengo que, debería...

- 2) **CAP:** Discurso de cambio movilizador
 - Compromiso: intención, decisión,...
 - Activación: preparación.
 - Primeros pasos: iniciando...

EL DISCURSO DE “NO CAMBIO”

También pueden darse mensajes de “no cambio”, es la otra cara de la ambivalencia. Ejemplos:

- A mí me gusta la marihuana
- No me veo capaz de dejar los porros
- Necesito fumar para ser creativo
- Quiero seguir fumando y nadie puede impedírmelo
- No creo que deba dejarlo.

Es importante no confundir con la resistencia o discordancia. Y **reconocerlo pero no confrontar**. No potenciar el discurso. Se expresa diciendo que se ha entendido pero se continúa la entrevista.

En éste paso, lo que intentaremos hacer es facilitar y reforzar discurso de cambio y a la vez evitar potenciar el discurso de no cambio.

Estrategias de “DISCURSO DE CAMBIO”

- Preguntas evocadoras
 - o Preguntas abiertas
 - ¿Cómo te está afectando?
 - ¿Qué piensas hacer?
- La técnica “Escalas de cambio” (importancia, confianza)
 - 1) En una escala del 0 al 10, cuanta importancia para ti...
 - a. Por qué te sitúas en... y no en 0 (o número menor).
 - b. Qué necesitarías para tener un 10 (mayor de lo que ha dicho)
 - 2) En una escala de 0 a 10, cuanta confianza tienes de que conseguirás lo que te propones.
 - a. Por qué te sitúas en...

4) PLANIFICAR:

La esencia de esta fase es pasar de hablar acerca de la importancia del cambio a generar un plan de cambio específico que la persona esté dispuesta a ejecutar.

¿Qué información detectamos en el usuario/a para saber que está pasando de la evocación a la planificación?

- Aumento del discurso de cambio
- Toma pasos hacia el cambio
- Disminuye le discurso de status quo
- Resolución de la ambivalencia (hacia el cambio)
- Visualiza el cambio
- Realiza preguntar sobre.

Es importante saber que no es conveniente planificar el cambio antes de que el usuario/a esté preparado para ello.

Técnicas para discernir si es pertinente pasar a la fase de planificación y en algunos casos provocar el paso a la 4 fase:

- ✓ **RECAPITULACIÓN** → Consiste en realizar un “GRAN RESUMEN” expresando los argumentos a favor del cambio y el discurso de cambio detectado.
- ✓ **PREGUNTA CLAVE** → Consiste en formular una pregunta sencilla posterior a la recapitulación. Pregunta clave que apunta a la acción.

Ejemplo de las dos técnicas: *“Aquí tiene todas las motivaciones para el cambio que me ha dado hasta ahora. Lo que haga a partir de ahora está en tus manos, si es que decides hacer algo. ¿Qué opinas?”*⁵

Otra posible técnica puede ser el de la:

- ✓ **PAUSA SIGNIFICATIVA.** Los silencios o pausas pueden ser herramientas importantes y es importante permitir esos silencios, ya que ayuda a procesar lo que se ha dicho hasta el momento y aumenta la probabilidad de que verbalicen la reflexión. Aunque es posible que se de en todo el proceso y es importante respetarlo, es esta fase puede ser especialmente útil esperar un poco las el uso de las dos técnicas anteriores. El espacio para reflexionar en este punto es crucial.

ELABORAR UN PLAN DE CAMBIO

Consiste en diseñar de forma escrita los puntos importantes para dar paso al cambio. Ayuda a visualizar el proceso de la acción, los motivos, las metas, la duración del proceso, etc. Para ello, se plantea poder elaborar un documento que recoja los siguientes puntos:

- ✓ Razones para cambiar
- ✓ Mis objetivos para mí mismo
- ✓ Para conseguirlos haré las siguientes cosas
- ✓ Acción, cuando
- ✓ Los primeros pasos que tengo previsto realizar
- ✓ Las personas que me pueden ayudar
- ✓ Personas, forma de ayuda

Recordad que tener un plan no es el final sino un paso más. Su implementación depende del compromiso y de la especificidad del plan.

A continuación se presenta en la Figura 3 las posibles preguntas que podemos realizarnos a la hora de intervenir y practicar la EM, para saber si estamos en dichos pasos, si tenemos que mejorar algo para pasar de uno a otro y para detectar posibles barreras en la intervención.

⁵ Miller, W.R. y Rollnick, S. (2013): *La Entrevista Motivacional. Ayudar a las personas a cambiar*. Paidós. Puede consultarse esta obra para completar la información que se ofrece en este apartado.

Figura 3. Recuadro 3.3. del libro de Miller, W.R. y Rollnick, S. (2013): La Entrevista Motivacional. Ayudar a las personas a cambiar⁶.

RECUADRO 3.3. Algunas preguntas sobre cada proceso de la EM

- 1. Vincular**
 - ¿Cuán cómodo se siente el cliente conmigo?
 - ¿Hasta qué punto muestro una actitud de apoyo y de ayuda?
 - ¿Entiendo el punto de vista y las preocupaciones de esta persona?
 - ¿Cuán cómodo me siento en la conversación?
 - ¿Se trata verdaderamente de una relación de colaboración?
- 2. Enfocar**
 - ¿Cuáles son los verdaderos objetivos de cambio de esta persona?
 - ¿Mis aspiraciones de cambio para esta persona son distintas a las suyas?
 - ¿Trabajamos juntos en aras de un propósito común?
 - ¿Avanzamos juntos o en direcciones distintas?
 - ¿Tengo claro hacia dónde vamos?
 - ¿Me recuerda a un baile o a un combate?
- 3. Evocar**
 - ¿Cuáles son los motivos para el cambio de esta persona?
 - ¿La reticencia tiene que ver con la seguridad en sí mismo o con la importancia del cambio?
 - ¿Qué discurso de cambio escucho?
 - ¿Estoy empujando demasiado fuerte o demasiado rápido en una dirección concreta?
 - ¿El reflejo de corrección me ha convertido en el defensor del cambio?
- 4. Planificar**
 - ¿Cuál sería un siguiente paso razonable hacia el cambio?
 - ¿Qué ayudaría a esta persona a avanzar?
 - ¿Me centro en evocar un plan, en lugar de prescribirlo?
 - ¿Ofrezco la información o los consejos necesarios con permiso del cliente?
 - ¿Conservo la sensación de curiosidad serena acerca de lo que puede ser lo mejor para esta persona?

Evitando algunas “trampas”

El enfoque y el espíritu de la EM puede identificarse también precisamente por lo que no se “debe” hacer, o por la identificación de algunas “trampas” en las que a menudo nos vemos inmersos los/as educadores frente a adolescentes resistentes a cambiar sus hábitos. Entre estas trampas se encuentran las siguientes:

Tabla 2 - Trampas a evitar en la EM⁷

TRAMPA	DEFINICIÓN	RECOMENDACIONES
La trampa pregunta-respuesta	Surge ante la urgencia de obtener información específica y valiosa sobre el/la adolescente. La entrevista podría confundirse con un interrogatorio en el que el/la educador/a (experto) hace preguntas cerradas y el/la chaval/a (pasivo) ofrece respuestas breves. No fomenta la reflexión.	<ul style="list-style-type: none"> • Que el/la adolescente complete algún cuestionario previo a la sesión para obtener información relevante y concreta. • Combinar el uso de preguntas abiertas con reflexión (como norma general, no plantear más de tres preguntas abiertas seguidas).

⁶ Miller, W.R. y Rollnick, S. (2013): *La Entrevista Motivacional. Ayudar a las personas a cambiar*. Paidós. Puede consultarse esta obra para completar la información que se ofrece en este apartado.

⁷ Adaptado de Miller y Rollnick (1999), ob. cit.

La trampa confrontación-negación	Es la más frecuente y la que más interesa evitar. Se observa cuando el/la educador/a identifica y describe el problema, y prescribe un plan de acción. Cuanto más enfrentemos al/la chaval con su situación, se volverá más reacio/a y resistente al cambio.	<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar reflexivamente • Estimular afirmaciones automotivacionales.
La trampa del experto	El/la educador/a puede dar la impresión de ser experto y tener todas las respuestas. Ofrecer respuestas y soluciones llevan al/la adolescente a asumir un rol pasivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Más adelante hay tiempo para ser experto.
La trampa de la etiqueta	Surge cuando entendemos que es terriblemente importante para el/la chaval/a aceptar el diagnóstico. Los problemas se pueden analizar sin necesidad de poner las etiquetas que provocan etiquetas innecesarias.	<ul style="list-style-type: none"> • Quitar peso a la importancia del diagnóstico. • Reflexión y re-enmarcar.
La trampa del foco prematuro	El/la educador/a aborda los problemas de abuso de drogas y otros relacionados antes de tiempo, mientras el/la chaval desea hablar sobre otros temas que le preocupan más y que son más amplios.	<ul style="list-style-type: none"> • Comenzar a trabajar con las preocupaciones del/la adolescente facilita la tarea, sobre todo si somos capaces de expresar empatía respecto a las mismas.
La trampa de la culpabilización	Desaprovechar tiempo y energía en analizar de quién es la culpa del problema pone al paciente a la defensiva.	<ul style="list-style-type: none"> • La clave es dejar claro que aquí la culpa es irrelevante. conviene afrontarla con reflexión y reformulación de las preocupaciones del paciente.

Aportación final

La EM puede parecer simple pero dominar esta técnica no es un proceso ni rápido ni fácil. Es una herramienta que puede ayudarnos a mejorar nuestro trabajo como educadores/as en el día a día, tanto con alumnado, como padres/madres y/o usuarios/as. Aprender EM es como aprender a tocar un instrumento. Las indicaciones iniciales son importante y pueden ayudar, pero para aprender a tocar un instrumento de verdad se necesita práctica, y si es posible con feedback de maestros expertos. Como pasa con otras habilidades complejas, conseguir maestría en la EM es un proceso largo, que puede durar toda la vida.

TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE ENTREVISTA MOTIVACIONAL

1. MOSTRAR EMPATÍA



¿QUÉ ES:

Es la capacidad de ponerse en el lugar de los/as chavales/ usuarios/as, y de que, además, éstos/as sientan que realmente lo estás haciendo. Cuando solicitamos cambios, esta habilidad es especialmente importante, ya que se trata de **“conectar” con las dificultades que a los/as chavales/as les supone cambiar su modo de comportarse** (en este caso, consumir drogas).



ESTRATEGIAS:

- Emitir señales verbales y no verbales de que realmente nos ponemos en su lugar y comprendemos sus dificultades para cambiar.



EJEMPLOS:

- *“La verdad, entiendo que a veces tiene que ser un rollo que tus padres estén todo el día “dándote la brasa” con este tema”.*
- *“Claro, si hasta ahora te has fumado todas las noches un porro para dormir, entiendo que ahora se te hará duro, es normal... Sé que no te estamos pidiendo nada fácil”*

2. ESCUCHAR ACTIVAMENTE, “DAR CANCHA”



QUÉ ES:

No es simplemente escuchar, sino animar a quien participa a expresar sus opiniones y mostrarse uno/a abierto a replantearse sus propias opiniones o informaciones, aunque finalmente no las comparta.



ESTRATEGIAS:

- Escucha no verbal, con ganas, respeto y aceptación.
- Emitir “señales” verbales y no verbales de estar escuchando activamente.
- No tener prisa por presentar nuestros argumentos o por contra-argumentar los suyos, ir poco a poco (no interrumpir su discurso con nuestros argumentos, dejar hablar).



EJEMPLOS:

- *“Entonces tú dices que has oído que...”.*
- *“La verdad, me parece interesante eso que dices, no lo había pensado; sin embargo, yo he oído que...”*
- *“A ver si te he entendido bien...”*

3. ESCUCHAR REFLEXIVAMENTE



QUÉ ES:

Es la suma de escuchar activamente y reflejar (punto 6). La esencia de la escucha reflexiva es que **hace una conjetura acerca de lo que el otro quiere decir**. Transmitiendo escucha e interés al adolescente/ usuario/a.



ESTRATEGIAS:

- Mostrar empatía.
- Prestar atención a lo que expresa, con la mente en blanco, con interés.
- Hacer uso de reflejos simples y complejos.



EJEMPLOS:

- *“Entonces me estás diciendo que estás triste”.*

4. PREGUNTAS ABIERTAS



QUÉ ES:

Son preguntas que no pueden responderse con respuestas cortas. Suelen proporcionar más información, facilita que expongan información y además puede ayudar a tratar temas importantes.



ESTRATEGIAS:

- Realizar preguntas que pueden tener respuestas amplias.
- Reflejar después de una Pregunta Abierta para que el/la adolescente/usuario/a siga hablando.



EJEMPLOS:

- “¿Qué te preocupa en este momento?”.
- “¿Cuáles son tus principales dificultades?”

5. AFIRMACIONES



QUÉ ES:

Consiste en realizar a través de frases de reconocimiento y valoración, una identificación y reconocimiento de lo positivo expresado o existente en la persona. Logrando aumentar la percepción de autoeficacia, fomentado buen clima y disminuyendo resistencias.



ESTRATEGIAS:

- Acentuar lo positivo que nos expresan.
- Imprescindible que sean sinceros.
- Fomentar también la autoafirmación.
- Las frases pueden iniciar “Te importa...” “Te esfuerzas...” “Te interesas...”



EJEMPLOS:

- “¡Esta semana te has esforzado mucho!”
- “Cuéntame actividades que has realizado en otra ocasión para lograr algo”
- “Aunque al final no haya salido exactamente como querías, tus intenciones eran buenas”.

6. REFLEJOS



QUÉ ES:

Son **respuestas afirmativas a lo expresado** con el objetivo de que el adolescente/usuario/a se sienta escuchado y reciba en forma de “espejo” lo que no ha contado. Son de dos tipos, simples (repiten o parafrasean) y complejos (añaden más significado o énfasis en lo que han dicho).



ESTRATEGIAS:

- Practicar la escucha.
- Respuestas afirmativas.
- De vez en cuando hacer uso de metáforas para reflejar lo que nos exponen.



EJEMPLOS:

- Reflejo simple:
 - Repetir, Ejemplo “Hoy estoy bastante deprimido”, Reflejo “Estas deprimido”.
 - Parafrasear “O sea, que el motivo de querer dejar el taller es que no te gusta madrugar, ¿no?”
- Reflejo complejo: “Estas cansado de esforzarte, te planteas no volver...”, “te noto desanimado”,...
- Metáforas: “Es como si estuvieras en un laberinto buscando el camino correcto para salir”.

7. SUMARIOS (RESÚMENES)



QUÉ ES:

Consiste en **repetir lo más importante de lo expresado**, a modo de **resumen**, con el fin de mostrarle nuestra escucha y hacer una devolución de la información expresada. Ayuda a situar al adolescente/usuario/a, a qué reflexione y se dé cuenta de lo expresado y también para motivarlo/a hacia el cambio, acciones concretas, etc.



ESTRATEGIAS:

- Pedir permiso para hacer un resumen.
- Prestar atención y seleccionar bien la información que queremos devolverle.
- No emitir juicios de valor ni adjetivos.



EJEMPLOS:

- “Si me permites, vamos a hacer un resumen para ver si lo he entendido bien”.
- “A ver si te he entendido bien. Hasta ahora me has dicho que...y que....”.

OTRAS TÉCNICAS Y HABILIDADES QUE PUEDEN APOYAR LA COMUNICACIÓN CON ADOLESCENTES

CUIDAR EL ENCUADRE: “TÚ DECIDES”



QUÉ ES:

Es favorecer la disposición de los/as adolescentes a participar, fomentando el interés, y sin percibir la actividad como un intento deliberado de influir en su conducta.



ESTRATEGIAS:

- Elegir una **persona de confianza** para los/as adolescentes, con autoridad, pero con cercanía afectiva.
- Utilizar expresiones que ensalcen el **protagonismo de la decisión** de los propios adolescentes.
- Resaltar la idea de que se trata de **compartir** información y aclararla, invitando a los/as adolescentes a participar.
- Garantizar la **confidencialidad** del grupo y permitir la expresión anónima de opiniones, preguntas, experiencias, etc. (mediante cuestionarios anónimos, buzón de sugerencias...).



EJEMPLO:

“Vamos a tratar de recopilar información sobre las drogas. Me interesa mucho que participéis, seguro que de algunas cosas sabéis más que yo, o habéis oído cosas distintas de las que yo voy a presentar. Lo importante es que tengamos toda la información para que luego cada uno/a decida. De drogas se dicen muchas cosas (los/as profesores/as, los/as colegas, la televisión...), pero al final es cada uno/a quien decide, y es importante decidir con la información más veraz...”

MOstrar ACUERDO PARCIAL (MENSAJES BILATERALES)



QUÉ ES:

Es especialmente útil en el trabajo con individuos de riesgo, como es el caso. Es rescatar la parte adecuada de la información vertida por los/as chavales/as para, posteriormente, presentar una contra-argumentación. Mejora enormemente la receptividad de los/as adolescentes a los mensajes u opiniones alternativas a las suyas. Implica escuchar activamente y empatizar.



ESTRATEGIAS:

- Puede ir simplemente desde el reconocimiento de que el otro tiene motivos para hacerte una objeción, hasta el estar completamente de acuerdo con la misma.
- Puede acompañarse o no de la técnica del “disco rayado”



EJEMPLOS:

- “Es verdad, yo también he leído que el Cannabis es bueno para los enfermos de esclerosis múltiple; veo que te gusta estar informado, y eso me gusta. Sin embargo, también he oído que tienen que investigar más, y que, en todo caso, no se trataría de dar porros a estos enfermos, sino de crear medicamentos que contengan THC”.
- “Es posible que las campañas de prevención exageren un poco, todo el día diciéndote “NO”, pero a veces yo también pienso que mucha gente no es consciente del riesgo que tiene consumir drogas, sobre todo en determinados casos”.
- “Es posible que tengas razón, que sepas muchas cosas sobre drogas que yo no sé, pero...”

UTILIZAR MENSAJES YO



QUÉ ES:

Es la expresión honesta y sincera de las propias opiniones, necesidades y opciones personales, expresadas en primera persona. Subraya el origen personal de los sentimientos y de las opiniones, en contraposición a los “deberías” o “mensajes tú”.



ESTRATEGIAS:

- Si son contrarios al consumo de drogas, el/la educador/a puede expresar sus opciones personales en relación al consumo de drogas en primera persona, subrayando el carácter personal de su decisión, y presentando sus argumentaciones.
- Evitar los “hay que...”, “es mejor/peor que...”, etc., y sustituirlos por “yo pienso que...”, “he leído esta investigación, que dice que...”.



EJEMPLOS:

- “¿Que qué es lo que pienso yo de las drogas? Hombre, si te refieres a si creo que es mejor no consumirlas, yo personalmente tengo claro que prefiero vivir sin drogas, pero entiendo que es una decisión personal”.

REFORZAR LOS “RESPLANDORES”



QUÉ ES:

Es la habilidad para incentivar y motivar a persistir en una determinada conducta. Es el reconocimiento honesto de lo que los/as chavales/as hacen bien.



ESTRATEGIAS:

- Tiene que ser descriptivo, no repetitivo, y con carga emocional, de forma que no suene a una “coletilla” que provoque el efecto contrario ni a un intento de “darles jabón”. Es simplemente mostrar tanto interés o más por lo que hacen bien que por lo que hacen mal.
- Tiene que ser percibido como justificado y sincero, acompañado de un adecuado lenguaje no verbal.



EJEMPLOS:

- “Te agradezco mucho que me hayas contado lo que te ocurrió el otro día”
- “Sé que no es fácil ir a un centro de tratamiento; la verdad es que ya sólo con que me digas que al menos te lo quieres pensar me parece que es como para felicitarte...”