



NASW HIV/AIDS
SPECTRUM PROJECT

MOTIVACIÓN

Un consejero juzga con frecuencia la “motivación” de una persona a través de varios comportamientos tales como los siguientes:

- *Estando de acuerdo con el consejero*
- *Aceptando el diagnóstico del consejero (p.ej., admitiendo que él o ella es “un/la alcoholico/a”)*
- *Expresando el deseo o necesidad de recibir ayuda*
- *Mostrándose angustiada/o por su problema*
- *Siguiendo los consejos del consejero*

Si los comportamientos son inversos, un consejero puede tender a juzgar a una persona como “desmotivado/a” (o “resistente” o “en negación”) y adherirse a una estrategia específica de cambio.

La “**Motivación**” se puede definir como la probabilidad de que la persona comience, continúe, y se adhiera a una determinada estrategia de cambio.

El método llamado *Entrevista Motivacional* busca encontrar una alternativa a caer en lo que llaman la trampa de la confrontación-negación – donde tanto los clientes como nosotros, tenemos roles inflexibles, o en el juego de tira y afloja – una situación de lucha por la supremacía donde nosotros jugamos del lado de los costos y ellos juegan o tiran del lado de los beneficios. El/la consejero/a sabe que lo que está haciendo es lo correcto pero también sabe que no está logrando tener éxito con el cliente. Por eso, esencialmente queremos que sea el cliente, en lugar del consejero, el que experimente y explore el conflicto de la ambivalencia y si es apropiado, que sea el cliente quien exponga los motivos para estar preocupado por el uso de sustancias y quien exponga los argumentos para el cambio.

Para ser claros, el consejero tiene el deseo o el punto de vista para animar a hacer cambios. Y la entrevista motivacional tiene un directivo claro, pero también está centrada en el cliente, mostrando empatía con el conflicto de ambivalencia

experimentado por el cliente. Trabajar con ese conflicto en lugar de anticiparse a él. Un tipo de Judo psicológico. Algunas veces el consejero tomará el mando. Otras veces seguirá al cliente. El rumbo consciente que siga el consejero representa la comprensión de la ambivalencia del cliente.

Por lo tanto, nuestra definición en desarrollo de entrevista motivacional es la siguiente: un estilo de asesoramiento *con un* directivo claro, centrado en el cliente y diseñado para ayudar a los clientes a expresar, experimentar, explorar y resolver la ambivalencia relacionada con el cambio de comportamiento.

Una sesión de entrevista motivacional tiene la apariencia de ser bastante centrada en el cliente, pero aun así, el consejero mantiene un fuerte sentido de propósito y dirección, y elige activamente el momento adecuado para intervenir con planteamientos penetrantes. La entrevista motivacional específicamente evita la persuasión argumentativa, y en su lugar supone, de manera operacional, que las experiencias subjetivas y las perspectivas del cliente tienen validez. Esto implica escuchar, reconocer, y practicar la aceptación (aunque no el consentimiento) de un amplio rango de preocupaciones, opiniones, preferencias, creencias, emociones, estilos y motivaciones por parte del cliente.

La entrevista motivacional es una herramienta específica para ayudar a las personas a reconocer y a hacer algo con respecto a sus problemas actuales o a sus posibles problemas futuros. Es particularmente útil con personas renuentes a cambiar y con personas ambivalentes con respecto a hacer cambios. Está diseñada para ayudar a resolver la ambivalencia y para conseguir que la persona se mueva a lo largo del camino del cambio. En el caso de algunas personas, esto es todo lo que en realidad necesitan. Una vez que se desatascan, tienen las habilidades y los recursos para hacer un cambio duradero. Para otras

personas, la entrevista motivacional es sólo el preludeo al tratamiento. Esta entrevista crea una disposición al cambio, lo cual prepara el camino para trabajo terapéutico adicional e importante.

Este modelo representa un enfoque basado en las fortalezas del cliente y depende del redescubrimiento por parte del cliente de habilidades, competencias y recursos para resolver sus problemas. Es una manera de señalarle al cliente el camino hacia la salud y hacia las elecciones positivas; guiando no dirigiendo.

Repaso

- *El estilo del consejero es un determinante poderoso de la resistencia y del cambio del cliente.*
- *La confrontación es un objetivo, no un estilo.*
- *La discusión es un mal método para inducir cambio.*
- *Cuando se evoca la resistencia, los clientes tienden a no cambiar.*
- *La motivación del cliente puede aumentar por medio de una variedad de estrategias del consejero.*
- *Aún las intervenciones relativamente breves pueden tener un impacto sustancial en el comportamiento problemático.*
- *La motivación surge de la interacción interpersonal entre el cliente y el consejero.*
- *La ambivalencia es normal, no es patológica. Ayudar a las personal a resolver la ambivalencia es una llave para el cambio.*

CONTRASTES ENTRE LA ENTREVISTA CENTRADA EN EL CLIENTE Y LA ENTREVISTA MOTIVACIONAL

Enfoque Centrado

Permite al cliente determinar el contenido y la dirección del asesoramiento.

Evita introducir el consejo y la retroalimentación del consejero.

La reflexión empática es usada en forma no contingente.

Explora los conflictos y las emociones actuales del cliente

Enfoque de Entrevista Motivacional

Dirige sistemáticamente al cliente hacia la motivación para el cambio.

Ofrece los consejos y la retroalimentación del consejero cuando es apropiado.

La reflexión empática se usa para reforzar ciertos procesos.

Busca crear y amplificar en el cliente, una toma de conciencia de la discrepancia a fin de aumentar la motivación a cambiar.

Contenido extraído de: *Texas HIV Connection (Austin, TX) and Steps Toward Change: Training Resource Book (2nd Edition) S.U.S.E., Gay Men's Health Crisis, New York, NY. 1999*