

# L'INVIO IN CONSULTORIO E

# LA MOTIVAZIONE

# DELL'UTENZA

la consulenza come una storia:

- inviante e inviato: protagonisti del percorso di consulenza
- la motivazione: quando è presente e in chi

di Mafalda Granata

Famiglia o singola persona ⇨ personaggio  
oppure insieme di personaggi partecipanti ad  
una storia in relazione tra loro

La trama ⇨ che cosa sta avvenendo

La scena ⇨ “Quando” e “Dove” che  
avvolgono personaggi e trama

Quando contestualizziamo una storia,  
la troviamo legata ad una miriade di  
storie intersecanti

# COME L'UTENTE ARRIVA AL CENTRO DI CONSULENZA?

La decisione è l'esito di un percorso faticoso perché implica la capacità di percepire ed accettare i propri limiti

- 1) **AFFLUENZA SPONTANEA:** libero avvicinamento o autoinvio (chi sa che l'utente ha chiesto la consulenza? Quali i commenti fatti? Disturbo omeostatico)

Importante:

- Scoprire chi è coinvolto e significativo per l'utente
- Quali commenti vengono fatti dalle persone vicine all'utente sulla decisione di consulenza
- Qual è il contesto di relazioni-motivazioni dell'utente

## COME L'UTENTE ARRIVA AL CENTRO DI CONSULENZA?

La decisione è l'esito di un percorso faticoso perché implica la capacità di percepire ed accettare i propri limiti

### 2) “REFERRAL PERSON”:

punto di riferimento, relazione privilegiata con l'utente, può essere risorsa o elemento intrusivo

Es.: la mamma che manda la figlia: con quali motivazioni?  
I genitori che chiedono aiuto per un figlio. Una moglie che porta il marito perché il consulente lo faccia ragionare...

## COME L'UTENTE ARRIVA AL CENTRO DI CONSULENZA?

La decisione è l'esito di un percorso faticoso perché implica la capacità di percepire ed accettare i propri limiti

3) **INVIANTE STRUTTURA:** (scuola, servizi, Tribunale...) l'invio è coatto? L'utente è comunque motivato alla consulenza? C'è ordine gerarchico tra inviante e consulente?

Rischi: l'utente presuppone un'alleanza tra struttura inviante e consulente/ mancanza di motivazione dell'utente

Necessario: stabilire alleanza emotiva consulente-utente



## COME L'UTENTE ARRIVA AL CENTRO DI CONSULENZA?

La decisione è l'esito di un percorso faticoso perché implica la capacità di percepire ed accettare i propri limiti

4) L'UTENTE PENDOLARE: da un inviante all'altro/ da un consulente all'altro; circuiti di rimando continuo

### *Il killer dei consulenti*

Motivazioni implicite: si sta meglio senza cambiare, è impossibile per me cambiare, sono un caso limite, se sto così ho dei vantaggi

Strategie via via boicottate da utenti apparentemente collaborativi

# ANALISI DEL RAPPORTO TRA INVIANTE E UTENTE

Analizzare:

- L'inviante è influenzato da qualcuno (per esempio dalla famiglia dell'utente)? O fa parte della famiglia stessa?
- L'inviante ha tentato di aiutare l'utente senza successo?
- L'utente è consapevole del proprio problema? Come ha reagito al consiglio dell'inviante?

Le motivazioni di inviante, utente, consulente, familiari possono non coincidere

# L'INVIANTE PRESTIGIOSO

Attenzione a:

- come usare il ruolo dell'inviante
- non lasciarsi incantare
- motivazioni implicite dell'inviante prestigioso:
  - essere supervisore del consulente
  - designare l'utente come patologico o responsabile del disagio



# Quando l'inviante è prestigioso per il consulente

- Può essere un suo superiore, una persona stimata dal consulente, verso cui c'è senso d'inferiorità
- Il consulente sente il peso della responsabilità datagli dall'inviante
- Si crea una differenza di potere (relazione complementare con l'inviante supervisore del consulente)
- L'inviante è causa di ansia nel consulente, rispetto alle aspettative dell'inviante e rispetto all'immagine di sé del consulente

# La motivazione dell'utente alla consulenza

- aspettativa di “guarire” (alta motivazione)
- resistenza al cambiamento: c'è alta motivazione, ma l'utente si accorge che è faticoso/svantaggioso cambiare
- meccanismi di difesa: non osservabili, interiori che bloccano la motivazione al cambiamento

# La motivazione dell'utente alla consulenza

Opinioni e commenti da cui l'utente può essere influenzato, che condizionano la sua motivazione alla consulenza:

Di disponibilità

Di controllo

Difensivi

Colpevolizzanti e squalificanti

Di supervisione

Di competizione

# Cosa deve chiedersi il consulente?

- a) chi ha contattato l'inviante?
- b) cos'ha detto l'inviante del problema e perché ha consigliato proprio quell'esperto?
- c) cosa ha portato l'utente a cercare aiuto in quel momento?
- d) Per quale motivo l'utente è venuto in consulenza?

# cosa deve fare il consulente?

- Essere consapevole dei suoi vissuti emotivi, per sentirsi libero nella relazione con l'utente
- Raccogliere informazioni utili sull'inviante
- Identificare il sistema delle persone coinvolte nel problema per decidere chi convocare dopo il 1° colloquio
- Valutare la motivazione dell'utente o se è presente soltanto in persone che lo hanno inviato
- Capire: chi ha chiamato è delegato dalla famiglia? Quanti familiari sapevano ed erano d'accordo? Ci sono stati altri tentativi?



# Il consulente potrà così:

## FORMULARE DELLE IPOTESI

- ❖ esplorando i significati dati dall'utente e da terzi al “come” e “quando” degli eventi
- ❖ esaminando: ragione dell'invio, storia del rapporto con l'inviante, contatti con altri esperti
- ❖ Portando l'utente ad essere concreto, ad avere scopi pratici su cui lavorare
- ❖ Avendo presenti obiettivi e rispetto a chi conseguirli



# Come ascoltare cosa ascoltare cosa osservare

“La cosa più bella di cui possiamo  
fare esperienza è il mistero: è la fonte  
di tutta la vera arte e scienza

A. Einstein

Di Mafalda Granata

# IL SENSO ETICO

La consulenza è un'esperienza intima e privata della vita di una persona e

il consulente è depositario della sua storia

Non impone condizioni: non è importante che sia d'accordo con le idee dell'utente, le accoglie e le rispetta

deve avere ESTREMO RISPETTO della storia, della sofferenza, della vita privata dell'altro

# La “curiosità” del consulente

Autentica curiosità verso la vicenda umana:

Il consulente investigatore svolge la sua indagine minuziosamente, con attenzione alle piccole cose, solo per il gusto di conoscere

L'utente ci racconta la SUA storia, la SUA personale realtà

CURIOSITA': mi piace la sua storia, mi interessa, mi appassiona



**“Prima di convincere l’intelletto occorre toccare e predisporre il cuore”**

## **COME ASCOLTARE?**

- -con il cuore: ...e se fossi io al suo posto?
- -con le orecchie: cosa mi sta raccontando?
- -con gli occhi: ...con gli occhi di chi?
- -con la mente: cosa penso di lui?
- -con il viso: ascolto con lo sguardo?

# Ascolto: processo selettivo

Il consulente a volte non coglie pienamente il senso della comunicazione inviato dall'utente

E' influenzato da: sua storia personale, paure, abitudini, ricordi.....

che ostacolano l'accettazione "incondizionata" dell'altro

# La punteggiatura

Quando la persona racconta la SUA realtà fa una punteggiatura

Es.: la coppia che descrive la stessa situazione in modo completamente diverso

Quando il consulente sente raccontare, fa egli stesso delle punteggiature

Es.: sente parlare di persone che non conosce dall'utente ed elabora una SUA ipotesi

# COSA ASCOLTARE

## punteggiatura sull'utente

### LA LETTURA DELLA DOMANDA:

- Che tipo di problema presenta l'utente?
- L'utente ha uno scopo generico o poco chiaro
- L'utente è/non è consapevole di ciò che vuole cambiare
- L'utente fa una richiesta esplicita/  
qual è la sua richiesta implicita?

# COSA ASCOLTARE

## punteggiatura sul consulente

### Consapevolezza del proprio ruolo:

simmetria o complementarità?

- essere esploratori
- evitare ipotesi affrettate (proiezioni personali, errori di comprensione, equivoci)
- consapevolezza di poter fare danni

...per conservare sempre un grado salutare di dubbio e incertezza



# COSA ASCOLTARE

## punteggiatura sul consulente

### consapevolezza delle proprie emozioni:

- eccessiva immedesimazione, vissuti personali evocati, transfert e controtransfert
- ascoltare le proprie difficoltà, esigenze e bisogni personali
- evitare ipotesi salvifiche, narcisistiche: “Io ti salverò”, “Io sono più bravo di...”

...perché l'incontro con la persona non sia occasione di appagamento dei propri bisogni controtransferali

# COSA ASCOLTARE

## punteggiatura sul consulente

### Consapevolezza dei propri pensieri:

- pensieri o curiosità inutili sull'utente
- di antipatia: il consulente si trova davanti una persona che “non gli piace”
- di distacco o eccessiva apertura e confidenzialità

...per controllare gli effetti negativi delle sue impressioni e non dire tutto ciò che pensa

# Cosa osservare

La comunicazione non verbale dell'utente e del consulente: può confermare o no quella verbale

- La gestualità, lo stile nel vestire
- La postura, la distanza interpersonale
- L'espressione del viso, il tono di voce, il tipo di linguaggio, il contatto oculare

# Cosa osservare “osservarsi”

Un buon livello di autoconsapevolezza:

- permette di valutare i propri comportamenti
- permette di analizzare e censurare i pensieri inadatti
- permette di comunicare poi più chiaramente