

Dialogo formativo.

Tipi di interventi da parte dell'accompagnatore

Scheda operativa:

Fra tutto ciò che diciamo, facciamo o siamo esistono dei nessi. L'agire umano ha un senso e una logica, anche quando appare illogico. Le reazioni visibili (affetti, comportamenti, parole, sguardi, postura del corpo...), anche se apparentemente contraddittorie e isolate fra loro, sono la punta esterna dei significati soggettivi che si organizzano in sistemi nell'universo privato di ciascuno di noi. Quindi, comprendere un comportamento è cogliere i significati che esso vuole esprimere e collegare questi significati all'insieme del vissuto del soggetto, come parti del suo stile generale di vita. Per farlo esiste una vasta gamma di possibili interventi tecnici.

- *Incoraggiamento a elaborare:* chiedere di raccontare avvenimenti e sentimenti così come sono vissuti astenendosi il più possibile dal giudicarli con il filtro del giudizio o del «mi piacciono/non mi piacciono»). L'obiettivo è far sentire che il proprio mondo interiore è degno di valore e che vale la pena incuriosirsene ed esplorarlo.
- *Richiesta di chiarificare:* invito a esplorare ulteriormente le informazioni che si stanno fornendo perché ritenute utili per cogliere lo stile abituale di vivere e di sentire. Ciò non per curiosità, non per avere dati più precisi in ordine ad un giudizio da emettere, ma per sollecitare il cliente ad addentrarsi meglio nell'avvenimento in modo che gli sia chiaro come consciamente egli lo vive. Serve anche all'educatore per scoprire la misura in cui il suo cliente si rende conto dell'avvenimento e lo comprende. La chiarificazione può riguardare:
 - I fatti: mi può spiegare meglio cosa è successo, in modo che anch'io possa avere davanti ai miei occhi la cosa? Non ho ben capito, può essere più dettagliato? Me lo può descrivere ancora? È capitato altre volte? Quando è capitato l'ultima volta?
 - I sentimenti: Quando è capitato, lei in che stato d'animo era? Che cosa prova adesso, mentre se lo ricorda? Ha avuto questi sentimenti altre volte? Mi ha detto che era contento, ma ognuno di noi ha il suo modo di essere contento: può dirmi meglio il suo modo di essere contento? Che cosa c'è di così cattivo

in quello che dice? Cosa intendeva quando ha detto che...? Ha notato che rispetto all'inizio, adesso il suo umore è cambiato: cosa c'è?

- Il modo di comunicare: sta facendo un bel discorso su di sé ma non di sé; dica pure con libertà: le cose che non sembrano centrare si rivelano spesso le più importanti; mi sembra che stia cercando di dirmi qualcosa di molto importante per lei: proviamo ad afferrarlo meglio.
- *Convalida empatica*: svelare le potenzialità creative dell'individuo, aiutarlo a vederle e sostenerlo nel metterle in campo, facendogli capire che dispone degli strumenti per realizzare i suoi obiettivi e che vale la pena continuare a tentare. Gli elogi non devono mai essere di tipo consolatorio («anche i poveracci come te vanno in paradiso!»), ma essere la presa d'atto di ciò che si è realizzato («vedi, che agire così funziona!») ed essere capaci di restituire competenza («puoi credere in te stesso!»).
- *Verbalizzare*: fornire di parole uno stato affettivo che l'interessato sa solo scaricare; «capisco che adesso non può essere molto esplicito perché prima di dire certe cose bisogna attraversare i cinque minuti della vergogna», «vedo che adesso è proprio contento di cuore», «se ho colto bene, mi sembra che adesso sia abbastanza arrabbiato». La verbalizzazione può essere:
 - Per sinonimi: si usa un termine dal significato emotivo simile a quello usato dal cliente ma meno difensivo del suo e più vicino ad esprimere la vera interiorità che sta esprimendo: «lei non può neanche immaginare quanto io sia rimasta delusa», «cioè, quanto lei sia rimasta indispettita». «La prudenza mi dice sempre di non farmi illusioni», «io la chiamerei la paura di sognare».
 - Per antinomia: si enfatizza lo stato emotivo opposto a quello espresso dal soggetto al fine di invitarlo a considerare che nel suo sentire c'è anche dell'altro. Una madre sta piangendo per il cattivo voto scolastico del figlio e dice «dopo tutto quello che noi abbiamo studiato, una cosa così non ce la meritavamo proprio», «signora, il suo piangere per suo figlio le fa molto onore, ma non le sembra di piangere anche per se stessa?». Questo ampliare il campo affettivo aiuta molto quando conviene non rinforzare la persona nei suoi stati emotivi troppo negativi o difensivi che rischierebbero di risucchiarla: «nella sua disperazione non c'è solo disperazione; lei mi sta inviando un grido di soccorso, altrimenti non avrebbe neanche la forza di disperarsi».
 - Per optativo: non si riprende lo stato emotivo espresso dal soggetto ma quello implicito presente in lui ma che lui non si permette di esprimere; «guardi che non c'è nessun male ammettere di aver sbagliato»; «quando la ferita brucia ancora così forte è evidente che il perdono non ci può essere anche se lei si sforza», «pensi come sarebbe bello se potesse dire tutte queste cose a suo figlio».
- *Riformulare*: ridire con altre parole, parafrasare, accentuare una parte di ciò che il cliente ha detto perché ritenuto molto significativo della sua interiorità e lui, sentendosela ridire, può arrivare a cogliere meglio il significato del suo dire e ad accettarlo. È il mezzo più diretto per far capire all'altro che non si sta pensando a lui ma come lui. Questa conformità di percezione promuove un processo di

autocomprensione più ampia perché la riformulazione non solo rimanda al soggetto la sua immagine, come in uno specchio, ma, in più, lo familiarizza con un aspetto di sé che lui finora sentiva ma non riusciva a verbalizzare. Tipi di riformulazione:

- Riassunto: riassumere brevemente la comunicazione del soggetto (è utile farlo a fine seduta, o quando ci si è persi nei dettagli o per tirare le conclusioni da ricordare prima di passare ad un altro argomento).
 - Delucidazione: riproporre in modo più chiaro e ordinato quanto il soggetto ha comunicato in modo confuso e sparso.
 - Sottolineatura: privilegiare con particolare enfasi una parte della comunicazione del cliente per sottolinearne la vitalità.
- *Spiegazione*: fornire e fornirsi di un quadro di comprensione del proprio agire che sia coerente e, almeno, plausibile. In questo modo si aiuta la persona ad ordinare dei dati prima incomprensibili e quindi a vederli maneggiabili. La spiegazione di un fenomeno è il primo passo per controllarlo. Essa deve essere:
 - Utile anche se non vera. Siccome la sua funzione è dare un senso di maestria e competenza, non si tratta di trovare «la» spiegazione esatta ma di ammettere che ce ne sia almeno una; per il processo di cambiamento l'importante non è ciò che si impara ma il fatto che si può imparare.
 - Proporzionata alla persona. Una spiegazione, anche la più perfetta, non ha nessun stimolo di cambiamento se la persona non è in grado di recepirla.
 - Stimolante: parte dal grado di comprensione attuale per innalzarlo.
 - *Risignificare*: riprendere ciò che il cliente ha detto ma introducendo delle varianti in modo che il cliente possa scorgere nuovi elementi in ciò che aveva detto. «Vedo che oggi è arrabbiato ma mi sembra di intuire anche un velo di amarezza, o mi sbaglio?». Tipi di risignificazione:
 - Rilettura o ritrascrizione: rinviare al soggetto il senso profondo che ha ispirato il suo dire. «Mio marito vuole sempre avere ragione: solo lui è importante e conosce la verità...», «se ben capisco, il nocciolo del problema non è tanto suo marito, anche se questa pretesa di lui può essere discutibile, ma l'impressione che lei ne ricava di essere esclusa, svalutata».
 - Rovesciamento del rapporto figura-sfondo: ciò che il cliente mette in primo piano o come causa, lo si mette sullo sfondo o come effetto. «Da quando mia moglie mi ha tradito, io mi sono dovuto allontanare da lei», «può anche essere che lei abbia colto questa occasione per allontanarsi da sua moglie senza essere rimproverato».
 - *Fornire di significati nuovi*: lo scopo non è istruire gli ignoranti ma dare chiavi di lettura inedite per l'interessato ma a lui utili per focalizzare o impadronirsi meglio dei reali termini in questione. Lo si può fare:
 - In prospettiva intellettuale: dare un parere professionale, esplicitare un valore, definire una situazione. «Quanto lei sta dicendo sul modo di agire di suo figlio si chiama sfruttamento dei genitori per le proprie mire», «se vuole il

mio parere, quello che lei chiama depressione da curare è legittima tristezza per come le cose sono andate».

- In prospettiva di contesto vissuto attuale: «quello che lei ha fatto è proprio ciò che si chiama agire per amore....», «in questo momento sta esprimendo in modo molto coraggioso la rabbia che ha dentro», «tutto quanto lei ha detto in questi ultimi 5 minuti lo possiamo far rientrare nello stato d'animo di sua perplessità se rassegnarsi o tentare ancora».
- In prospettiva di costanti affettive del soggetto: «questo è un altro modo della sua facilità ad incolpare gli altri», «oggi è il caso di un bicchiere di vino in più, altre volte erano le ore senza fine in internet, poi abbiamo visto quante volte lei si defila nei momenti imbarazzanti: tante varianti dello stesso tema, non le sembra?». Si fa questo tipo di intervento solo quando si ha la ragionevole certezza che il modo di vivere il qui e ora del cliente è un esempio significativo della struttura costante, trans-situazionale, che caratterizza il suo stile abituale di prendere la vita. Ci vuole prudenza, perché con questo tipo di intervento si toccano gli organizzatori della vita psichica, le strutture formali che sono responsabili del reagire sempre alla stessa maniera. Lo scopo è che, toccando le strutture costanti e ripetitive, il soggetto è in grado di pensare ad altre situazioni analoghe e di individuare la trama ispiratrice comune che attraversa i vari capitoli della sua vita. Quanto più il soggetto prende coscienza di queste ispirazioni-fonte tanto più può aumentare la consapevolezza di sé.

- *Confrontazione*: mettere a confronto due vissuti contraddittori, non immediatamente riconducibili sotto la stessa lettura e che sono indicazioni della presenza di materiale conflittuale. Le discrepanze possono essere:

- In quello che il cliente dice verbalmente: «prima ha detto che non vedeva l'ora d'incontrare il suo amico e adesso sta dicendo che il suo amico è una persona poco fidabile: come vanno insieme le due cose?»; «tra x,y,z, ci trova un filo rosso comune?».
- Tra ciò che dice e ciò che è avvenuto: «dice che non le interessa niente degli altri eppure ieri ha passato tutto il giorno a cercarli»; «si lamenta se passa per vittima ma quando non lo è più cerca di esserlo ancora».
- Tra ciò che dice e ciò che sente: «mentre mi stava spiegando che ha sofferto molto per quello che le è successo, stava sorridendo: come se lo spiega?».

La confrontazione non mira a smascherare l'imbroglione del cliente ma vuole portarlo ad ampliare la consapevolezza dei suoi stati interni. Mette in connessione un vissuto consapevole e uno non consapevole che il soggetto presenta o sperimenta separatamente. È un intervento un po' duro, per cui va fatto con empatia e discrezione.

- *Compito a casa*: consigliare degli esercizi per elaborare quanto è stato detto in seduta. L'obiettivo non è quello di dare regole ma favorire il non volatilizzarsi di esperienze e introspezioni avvenute in seduta. Il compito - concordato con il cliente - deve, perciò, essere solo orientativo, una bozza di cui il cliente si serve per creare la propria azione. Evidentemente, tali compiti devono essere oggetto di dialogo nell'incontro successivo e non lasciati cadere nel vuoto.