

Introducción a las entrevistas motivacionales y las etapas del cambio



OBJETIVOS

Al final de esta unidad, las participantes podrán hacer lo siguiente:

- Comprender los componentes clave del modelo de etapas del cambio.
- Definir entrevista motivacional (Motivational Interviewing, MI).
- Identificar y hacer distinciones entre ejemplos positivos y negativos de las habilidades de entrevista motivacional en la práctica.
- Analizar los elementos de las entrevistas motivacionales.
- Practicar las habilidades de entrevista motivacional, incluidas las reflexiones simples, complejas y de doble cara y la escucha activa.



INSTRUCCIONES

1. Antes de que comience la sesión, revise las diapositivas y las notas del PowerPoint. Pruebe los videos para confirmar que los enlaces y el audio funcionen. Prepare 5 fichas con una etapa de cambio en cada tarjeta. Revise los recursos y decida si hay elementos específicos que desea compartir con las participantes. Todos son valiosos para el trabajo de las promotoras de salud (CHW).
2. Deles la bienvenida a las participantes y revise los objetivos de la sesión (diapositiva 2).
3. Etapas del cambio (15 minutos)
 - Muestre la diapositiva 3
 - Entrégueles las tarjetas a cinco voluntarias. Pídale a las voluntarias que lean la tarjeta y que, luego, la peguen en la pared.
 - Muestre el video, *Improve Your Life Using the Stages of Change*: <https://youtu.be/Twlow2pXsv0>
 - Muestre las diapositivas 4 y 5 sobre las etapas del cambio.
4. Introducción a la entrevista motivacional (60 minutos)
 - Muestre la diapositiva 6 sobre la Introducción a la entrevista motivacional.
 - Muestre los videos de buenos y malos ejemplos de entrevistas motivacionales:
 - *How NOT to do Motivational Interviewing* (mal ejemplo): https://youtu.be/kN7T-cmb_10
 - *Motivational Interviewing A conversation with "Sal" about managing his asthma* (buen ejemplo): <https://youtu.be/-RXy8Li3ZaE>

(continuación)



Roles C3 relacionados

Brindar asesoramiento y apoyo social, desarrollar capacidades individuales y comunitarias, implementar evaluaciones individuales y comunitarias.

Habilidades C3 relacionadas

Habilidades de comunicación, habilidades interpersonales y de construcción de relaciones, habilidades de desarrollo de capacidades, habilidades de evaluación individual y comunitaria



Métodos de enseñanza

Dibujo participativo, clase, análisis en grupos grandes, diádas, juego de roles



Tiempo previsto

135 minutos



Conceptos clave

Etapas del cambio, entrevistas motivacionales, habilidades de escucha activa, habilidades de reflexión, OARS



Materiales

- Computadora con acceso a internet y proyector
- Diapositivas de PowerPoint
- Tarjetas: Las etapas del cambio

Videos

- *Improve Your Life Using the Stages of Change*: <https://youtu.be/Twlow2pXsv0>
- *How NOT to do Motivational Interviewing* (mal ejemplo): https://youtu.be/kN7T-cmb_10
- *Motivational Interviewing A conversation with "Sal" about managing his asthma* (buen ejemplo): <https://youtu.be/-RXy8Li3ZaE>

Folleto

- Modelo de las etapas de cambio
- Entrevista motivacional: Escenarios posibles
- Introducción a la entrevista motivacional
- Estrategias de la entrevista motivacional: OARS

Introducción a las entrevistas motivacionales y las etapas del cambio



INSTRUCCIONES *(continuación)*

- Muestre las diapositivas 7 a 13, incluidas las preguntas de reflexión y la práctica en parejas.
5. Organice la actividad práctica de entrevista motivacional y escucha activa (60 minutos). Nota del facilitador: el tiempo asignado es generoso y puede modificarse para adaptarse a un período de tiempo más corto.
- Distribuya los folletos: Entrevista motivacional: Escenarios posibles y estrategias de entrevistas motivacionales: OARS.
 - Divida a las participantes en grupos de tres. Pídale a los miembros del grupo que elijan uno de tres roles: CHW, cliente u observador. Cada participante tendrá la oportunidad de experimentar cada rol.
 - El papel del observador es tomar nota de las habilidades de MI y de escucha activa observadas durante el juego de roles.
 - Mostrar los O.A.R.S. Muestre la diapositiva de referencia (diapositiva 15) como ayuda visual.
 - Establezca un temporizador durante 10 minutos para cada juego de roles. Al final de los 10 minutos, permita que las participantes del juego de roles y los observadores compartan comentarios sobre las habilidades de MI y de escucha activa que observaron. (Permita que las participantes se tomen 5 minutos para compartir los comentarios).
 - Pídale a las participantes que cambien los roles y pasen al siguiente escenario.
 - Repitan el proceso para el escenario final.
 - Vuelva a reunir al grupo para realizar un análisis con todas las participantes.
 - Promueva el diálogo con las siguientes preguntas: (Tiempo máximo de 15 minutos)
 - Desde el punto de vista de un cliente, ¿cómo fue su experiencia? ¿Sintieron que la CHW entendió dónde estaban estancadas? Como cliente, ¿tuvieron un momento de descubrimiento?
 - Desde el punto de vista de la CHW, ¿cómo fue esta experiencia para ustedes? ¿Dónde se sintieron desafiadas? ¿En qué momento de la interacción se sintieron cómodas o conectadas con el miembro de la comunidad? ¿Qué habilidades de MI fueron más útiles durante la interacción?
6. Cierre la actividad
- Agradézcale al grupo por su participación. Cierre la sesión diciendo que las habilidades de entrevista motivacional requieren práctica. Como CHW, es una habilidad fundamental para nuestro trabajo con los clientes promover cambios de comportamiento saludables.



Recursos

Motivational Interviewing Pocket Guide. 2019. MidAtlantic AIDS Education and Training Center Program. <https://aidsetc.org/resource/motivational-interviewing-pocket-guide>

SAMSHA/CSAT Treatment Improvement Protocols. 2019. Enhancing Motivation for Change in Substance Use Disorder Treatment. Chapter 3. <https://store.samhsa.gov/product/TIP-35-Enhancing-Motivation-for-Change-in-Substance-Use-Disorder-Treatment/PEP19-02-01-003>

Para obtener recursos adicionales consulte la diapositiva 16.

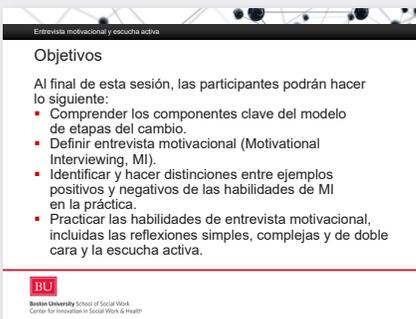
Introducción a las entrevistas motivacionales y las etapas del cambio



DIAPPOSITIVA 1

Esta sesión abarcará los modelos de etapas del cambio y de entrevista motivacional (MI) para apoyar nuestro trabajo como CHW.

Muchas ya han experimentado, o quizás han usado, elementos de las entrevistas motivacionales. Invitamos a todas a compartir sus conocimientos y experiencias.



DIAPPOSITIVA 2

Revise la diapositiva.



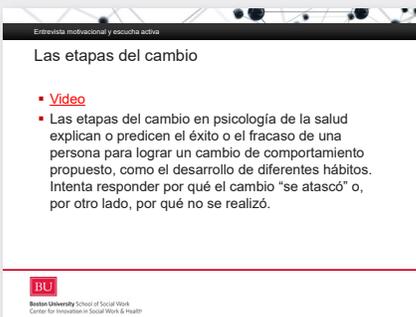
DIAPPOSITIVA 3

Para aprovechar su experiencia, nos gustaría presentar primero el modelo de etapas del cambio.

Entregue las tarjetas a cinco voluntarias con cada etapa del cambio.

Pídales a las voluntarias que pasen al frente, lean la tarjeta y la peguen en la pared.

Proporcione una breve explicación de las diferentes etapas.



DIAPPOSITIVA 4

Muestre el video: <https://youtu.be/Twlow2pXsv0>

Revise la diapositiva.

Introducción a las entrevistas motivacionales y las etapas del cambio

Entrevista motivacional y escucha activa

Las etapas del cambio

Las etapas del cambio, en la actualidad el modelo de etapas más popular en psicología de la salud (Horwath, 1999), han demostrado ser exitosas con una amplia variedad de comportamientos de salud simples y complejos, que incluyen el abandono del tabaquismo, el control de peso, el uso de protector solar, la reducción de grasa en la dieta, la incorporación de ejercicio, el cese del consumo de cocaína, la realización de una mamografía y el uso del condón (Prochaska, et al., 1994).

 Boston University School of Social Work
Center for Innovation in Social Work & Health

Entrevista motivacional y escucha activa

Introducción a la entrevista motivacional (MI)

- La entrevista motivacional es un método directivo centrado en el cliente para mejorar la motivación intrínseca para cambiar al explorar y resolver la ambivalencia
- La ambivalencia es un estado conflictivo de favorecer el cambio y apoyar el status quo
- Ayuda al cliente a "despegarse" de sentimientos ambivalentes
- Explora las razones personales del cliente para hacer un cambio.
- Acerca al cliente a quien quiere ser desde quien es ahora.

Quién soy → Quién quiero ser

 Boston University School of Social Work
Center for Innovation in Social Work & Health

Entrevista motivacional y escucha activa

Entrevista motivacional (MI) se define como...

- Un enfoque colaborativo, centrado en la persona para extraer y fortalecer la motivación de una persona para cambiar su comportamiento. Una MI implica un conjunto de principios y estrategias, pero lo más importante, es un enfoque que incorpora el espíritu de colaboración, empatía y de encontrar a las personas donde están.
- Mal ejemplo**
- Buen ejemplo**

 Boston University School of Social Work
Center for Innovation in Social Work & Health

DIAPPOSITIVA 5

Pídale a una voluntaria que lea la diapositiva.

DIAPPOSITIVA 6

Defina los siguientes términos:

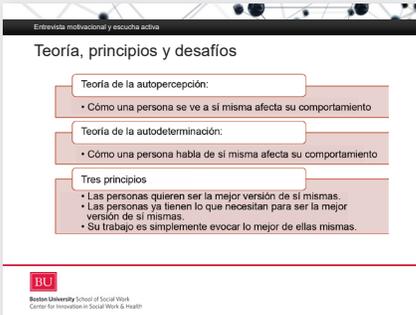
- **Enfoque centrado en el cliente:** un enfoque centrado en el cliente pone énfasis en la autonomía y el derecho de un cliente a elegir objetivos o intervenciones basadas en sus necesidades identificadas de servicios.
- **Motivación intrínseca:** la motivación intrínseca se puede describir como hacer algo motivado por nuestras propias pasiones sin el incentivo de la recompensa o el miedo a una consecuencia negativa. Adoptar el comportamiento es a menudo la propia recompensa.
- **Ambivalencia:** la ambivalencia a menudo se describe como un estado de ser "laxo". Es la brecha entre quién soy y quién quiero ser.
- En muchos casos, las personas tienen expectativas de sí mismas que favorecen el cambio y al mismo tiempo apoyan el estado actual. Esa lucha interna (ambivalencia) a menudo genera indecisión y una sensación de estancamiento que es común en todas las personas. La entrevista motivacional es una práctica hábil centrada en el cliente que ayuda a las personas a ir más allá de la ambivalencia para acercarse a quienes quieren ser.

Recurso del facilitador:

Documento titulado *Motivational Interviewing Definition, Principles and Approach*
https://www.umass.edu/studentlife/sites/default/files/documents/pdf/Motivational_Interviewing_Definition_Principles_Approach.pdf

DIAPPOSITIVA 7

- Video: veremos dos videos. Uno demostrará habilidades efectivas de MI y el otro, habilidades ineficaces de MI. Las participantes deben tomar nota cuando vean que se utilizan habilidades de MI eficaces e ineficaces.
 - Mal ejemplo: https://youtu.be/kN7T-cmb_I0
 - Buen ejemplo: <https://youtu.be/-RXY8Li3ZaE>
- Análisis del video:
 - ¿Qué observaron?
 - ¿Qué no funcionó bien?
 - ¿Qué funcionó bien?
 - ¿Cuándo observaron ejemplos de compasión, atención centrada en el cliente, aceptación y colaboración?



DIAPPOSITIVA 8

Revise la diapositiva.

Entendemos que las entrevistas motivacionales son una forma de trabajar en colaboración con las personas para apoyar su motivación y compromiso con el cambio. Las 2 teorías y los 3 principios a continuación sirven como anclajes importantes para fundamentar la inclinación y la perspectiva de las CHW cuando se trabaja junto con los clientes.

Las 2 teorías principales:

- La teoría de la autopercepción: una idea clave en la teoría de la autopercepción es que la manera en que las personas se ven a sí mismas afecta su comportamiento. Si una persona siente emociones negativas respecto de sí misma, es menos probable que tome medidas positivas. Considere la influencia de su autopercepción y el efecto que tiene al hacer cambios en su vida.
- La teoría de la autodeterminación: la teoría de la autodeterminación se puede considerar de manera general como la forma en que una persona habla y cómo eso afecta su comportamiento. Por ejemplo, si hablan de forma negativa, se desempeñan de forma negativa.

Estas dos teorías remarcan el trabajo de la CHW que utiliza técnicas de entrevistas motivacionales porque nos ayudan a entender por qué es importante apoyar a las personas para que hablen y sientan emociones más positivas sobre sí mismas y los desafíos cuando quieren implementar y mantener cambios en sus vidas.

Lea los 3 principios en la diapositiva.

Las CHW trabajan con personas cuyas vidas y experiencias pueden ser muy complicadas. Puede ser fácil proponer soluciones o priorizar las circunstancias del cliente de acuerdo con nuestros propios valores. Estos tres principios ayudan a colocar a las CHW en un enfoque centrado en el cliente al honrar la virtud en cada afirmación y estar dispuestas a priorizar la visualización de las preocupaciones del cliente a través de sus ojos y no de los nuestros. Una alineación sólida con estos principios puede tener efectos transformadores en la relación entre la CHW y el cliente.



DIAPPOSITIVA 9

Al utilizar las habilidades de entrevista motivacional, las siguientes cuatro cualidades deben fortalecer su estrategia con las personas. Defina cada característica y explore de forma breve las preguntas en la diapositiva con las participantes.

1. Aceptación: desarrollen una disposición de aceptación al reconocer que las personas tienen derecho a tomar sus propias decisiones sin juzgar a los demás.
2. Compasión: empleen compasión al brindar atención empática sin juzgar.
3. Evocación: sean conscientes al hacer las preguntas correctas para ayudar a las personas a resolver la ambivalencia.
4. Colaboración: trabajen junto con las personas para examinar las situaciones y formas de responder.

Preguntas de reflexión

- ¿Cuáles son algunas acciones que hacemos que reprimen la aceptación?
- ¿Cómo encuentran un equilibrio entre su interés y el del cliente?
- ¿Qué podemos hacer para conocer las fortalezas del cliente?
- ¿Qué hacemos para intervenir en el conflicto y el desacuerdo?

Introducción a las entrevistas motivacionales y las etapas del cambio

Entrevista motivacional y escucha activa

Estrategias centrales para destacar o apoyar a alguien con ambivalencia

- **Expresen empatía.**
 - el esfuerzo por "ponerse en su lugar" y sentir lo que están pasando
- **Desarrollen la discrepancia.**
 - señalen conflictos entre los objetivos y los comportamientos establecidos.
- **Respondan a posibles desacuerdos.**
 - sin discutir ni pelear
- **Apoyen la autoeficacia.**
 - refuerzen la capacidad de las personas para lograr sus objetivos

BU
Boston University School of Social Work
Center for Innovation in Social Work & Health

Entrevista motivacional y escucha activa

Habilidades de asesoramiento para promover el cambio de comportamiento

Entrevista motivacional

O: "Open-ended questions" (preguntas abiertas)
A: "Affirmations" (afirmaciones)
R: "Reflective listening" (escucha reflexiva)
S: "Summarizing" (resumen)

BU
Boston University School of Social Work
Center for Innovation in Social Work & Health

DIAPPOSITIVA 10

Expresar empatía (el esfuerzo por "ponerse en su lugar" y sentir lo que están pasando)

La empatía ayuda a construir relaciones de confianza y de apoyo que ayudan en la colaboración entre la CHW y el cliente.

Desarrollar discrepancias (señalar conflictos entre los objetivos y los comportamientos establecidos)

Ejemplo: quiere estar más saludable, pero no se presenta a sus citas médicas.

Responder a posibles desacuerdos (sin discutir ni pelear)

Desarrollar discrepancias o responder a posibles discordias no es sinónimo de confrontar ni pelear con un cliente sobre su comportamiento. El objetivo es explicar con empatía una situación de tal manera que el cliente pueda ver su propio comportamiento.

Apoyar la autoeficacia (reforzar la capacidad de las personas para lograr sus objetivos)

A partir de la teoría de la autopercepción, entendemos que la forma en que nos vemos a nosotros mismos puede afectar nuestro comportamiento; por lo tanto, reforzar la creencia de un cliente en su capacidad puede tener un efecto positivo y colaborar con el cambio.

DIAPPOSITIVA 11

O.A.R.S. es un conjunto de habilidades que ayuda a crear un ambiente abierto, afirmativo y de aceptación donde el cliente puede explorar sus sentimientos, comportamientos y creencias. Las habilidades de O.A.R.S. ayudan a avanzar con las conversaciones de MI y les permiten a los clientes expresar con libertad el contenido que puede posicionarlos para escuchar y progresar hacia el cambio.

Revise las habilidades de O.A.R.S. y proporcione ejemplos. (Si el tiempo lo permite, invite a las participantes a reflexionar y compartir el valor de usar las habilidades de O.A.R.S.)

Open-ended questions (preguntas abiertas)

Usen preguntas abiertas que inviten a la explicación o información descriptiva. Las preguntas abiertas por lo general requieren más que un sí o un no y alientan al cliente a hablar más. Ejemplos: ¿Qué le ayuda a mantenerse al día con los medicamentos? Cuénteme más sobre...

Affirmations (afirmaciones)

El uso de afirmaciones ayuda a reforzar las fortalezas del cliente. Las afirmaciones se pueden utilizar para validar la experiencia o los sentimientos del cliente.

Ejemplos: Has logrado mucho en poco tiempo. Agradezco tu honestidad.

Reflective listening (escucha reflexiva)

La escucha reflexiva es una forma de aclarar afirmaciones y demostrar que escucharon y entendieron al cliente.

Ejemplos: Parece que tú... Te preguntas si...

Summarizing (resumen)

Las afirmaciones resumidas vinculan el material que se ha analizado para reforzar lo que se ha dicho y demuestran que ha estado escuchando con atención.

Ejemplos: Esto es lo que escuché... Déjame ver si entendí bien...

Introducción a las entrevistas motivacionales y las etapas del cambio



DIAPPOSITIVA 12

Defina la diferencia entre reflexiones simples, complejas y de doble cara.

- Simple: una reflexión simple es una reformulación básica de las propias palabras del cliente, teniendo cuidado de usar el lenguaje del cliente.
- Compleja: las reflexiones complejas agregan significado, valor o emoción a las palabras del cliente. En esencia, están reflejando una capa más profunda de la reflexión simple que ayuda a abrir una nueva perspectiva.
- Doble cara: el objetivo de las reflexiones de doble cara es resaltar la discrepancia entre las palabras o los valores del cliente y sus acciones.



DIAPPOSITIVA 13

Muestre los ejemplos en la diapositiva.

Actividad: pídale a las participantes que formen parejas. Lea una reflexión simple a continuación. Pídale a las participantes que se turnen para hacer reflexiones complejas y de doble cara.

"No entiendo cómo me va a ayudar este programa".

"No me gusta usar condón".

"No voy a tomar los medicamentos. Me hacen sentir mal".

"Me cuesta asistir a las citas".

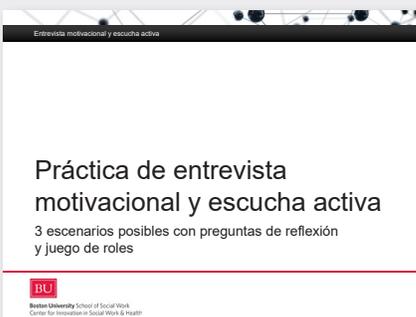
"No puedo dejar de fumar".

"No puedo comprometerme a hacer ejercicio".

"A veces, ir a las reuniones de AA es una molestia".

"Nadie entiende lo que significa no poder pagar mis cuentas".

Resume y cierre.



DIAPPOSITIVA 14

Revise la diapositiva.

Introducción a las entrevistas motivacionales y las etapas del cambio

Entrevista motivacional y escucha activa

Referencia a O.A.R.S.

- Preguntas abiertas (preguntas que invitan a la explicación)
- Afirmaciones (reforzar las fortalezas del cliente)
- Escucha reflexiva (aclarar afirmaciones que ilustran el significado subyacente)
- Resumen (vincular el material que se ha analizado para llegar a un entendimiento)

BU
Boston University School of Social Work
Center for Innovation in Social Work & Health

DIAPPOSITIVA 15

La próxima actividad otorgará más tiempo para practicar las habilidades de entrevista motivacional (MI) y de escucha activa.

Distribuya los folletos: Escenarios posibles y estrategias de entrevistas motivacionales: OARS.

Consulte el plan de la clase para obtener detalles de la actividad.

Muestre esta diapositiva como referencia.

Entrevista motivacional y escucha activa

Referencias y recursos

- "Stages of Change" <https://youtu.be/Twlow2pXsv0>
- "MI Bad example": https://youtu.be/kN7T-cmb_I0
- "MI Good example": <https://youtu.be/-RXy8Li3ZaE>
- "Motivational Interviewing Definition, Principles, and Approach": https://www.umass.edu/studentlife/sites/default/files/documents/pdf/Motivational_Interviewing_Definition_Principles_Approach.pdf
- "Strategies of Motivational Interviewing – OARS:" <http://www.myacpa.org/sites/default/files/Intervention%20Handout.pdf>
- "Communication Techniques – OARS:" http://provideaccess.org/wp-content/uploads/2012/09/Communication_Skills_-_OARS_.pdf
- "Motivational Interviewing & HIV: Reducing Risk, Inspiring Change:" https://aidsetc.org/sites/default/files/resources_files/etres-441.pdf

BU
Boston University School of Social Work
Center for Innovation in Social Work & Health

DIAPPOSITIVA 16

Comparta la serie de recursos y videos para las participantes.

Modelo de las etapas de cambio

De acuerdo con el Modelo de las etapas del cambio, el cambio de comportamiento es un proceso que implica pasar por una serie de cinco etapas principales: precontemplación, contemplación, preparación, acción y mantenimiento.

Etapas 1. Precontemplación *(No está listo)*

En esta etapa, las personas no tienen la intención de actuar en el futuro cercano y pueden ignorar que su comportamiento es problemático.

Cómo trabajar con alguien en la etapa de precontemplación: alíentelos a pensar en las ventajas de cambiar su comportamiento y a sentir emociones sobre los efectos de su comportamiento negativo en los demás. Ayúdenlos a ser más conscientes de la toma de decisiones y a estar más atentos a los beneficios múltiples de cambiar un comportamiento poco saludable.

Etapas 2. Contemplación *(En preparación)*

En esta etapa, las personas comienzan a reconocer que su comportamiento es problemático y comienzan a mirar las ventajas y desventajas de sus acciones continuas. Quienes se encuentran en esta etapa tienen la intención de comenzar un comportamiento saludable dentro de los próximos seis meses.

Cómo trabajar con alguien en etapa de contemplación: si bien por lo general son conscientes de las ventajas del cambio, las desventajas son casi iguales a las ventajas. Esta ambivalencia sobre el cambio puede hacer que sigan posponiendo la acción. Alíentelos a trabajar para reducir las desventajas de cambiar su comportamiento.

Etapas 3. Preparación *(Listo)*

Las personas en esta etapa están listas para comenzar a tomar medidas en los próximos 30 días. Toman pequeños pasos que creen que pueden ayudarlas a que el comportamiento saludable sea parte de sus vidas. Por ejemplo, les dicen a sus amigos y familiares que quieren cambiar su comportamiento.

Cómo trabajar con alguien en la etapa de preparación: alíentelos a buscar el apoyo de amigos en quienes confíen, contarles a las personas sobre su plan de cambio y pensar en cómo se sentirían si se comportaran de una manera más saludable. La principal preocupación es: cuando actúen, ¿fallarán? Aprenden que cuanto mejor preparados estén, más probabilidades tienen de seguir progresando.



Etapa 4. Acción

En esta etapa, las personas hacen ajustes específicos para cambiar su comportamiento problemático o adquirir nuevos comportamientos saludables.

Cómo trabajar con alguien en la etapa de acción: pueden enseñarles a las personas técnicas para mantener sus compromisos, como sustituir las actividades relacionadas con el comportamiento poco saludable por otras positivas, recompensarse a sí mismas por tomar medidas para cambiar y evitar a las personas y situaciones que los tientan a comportarse de manera poco saludable.

Etapa 5. Mantenimiento

Las personas en esta etapa cambiaron su comportamiento hace más de seis meses. Las personas mantienen la acción y se esfuerzan para evitar volver a su comportamiento problemático. Es importante que las personas en esta etapa sean conscientes de las situaciones que pueden tentarlos a volver a comportarse de manera poco saludable, en particular las situaciones estresantes.

Cómo trabajar con alguien en la etapa de mantenimiento: se recomienda que las personas en esta etapa busquen apoyo y hablen con personas en quienes confían, pasen tiempo con personas que se comporten de manera saludable y recuerden participar en actividades saludables para lidiar con el estrés en lugar de depender de un comportamiento poco saludable.

Adaptado de: Prochaska, JO; Velicer, WF. *The transtheoretical model of health behavior change. Am J Health Promotion*, 1997. Sep.-Oct.; 12(1):38-48.

Entrevista motivacional: Escenarios posibles

Escenario 1

Bolivia es una mujer soltera de 34 años que ha estado viviendo con el VIH durante un año. Se enteró de su diagnóstico cuando fue hospitalizada por una lesión en la cadera por jugar softbol. Desde el diagnóstico, ha tenido varios cambios importantes en su vida. La despidieron del trabajo debido a la reducción de personal el mes pasado, el alquiler aumentará \$100 debido a mejoras en la propiedad el próximo mes y tiene dificultades con la movilidad debido a la lesión en la cadera. Le cuesta mucho trasladarse porque no puede conducir hasta que su cadera se haya curado por completo (unos 10 meses más). Se siente cada vez más estresada a medida que surgen problemas financieros y su necesidad urgente de encontrar empleo se ve obstaculizada por su movilidad. En su último día de empleo, se le indicó que el seguro médico finalizaría tres meses después, lo que agravaría sus problemas. Ha estado tomando los medicamentos de manera irregular porque se olvida y se siente abrumada. El médico de Bolivia la alentó a hablar con una CHW del personal para conocer sus opciones.

Escenario 2

Mario es un hombre afroamericano de 18 años que tiene relaciones sexuales con hombres y recibió el diagnóstico de VIH hace un mes. Vive con sus padres y comenzará las clases en el colegio universitario local en el otoño. No les ha contado a sus padres sobre su orientación sexual ni su diagnóstico de VIH. Está profundamente afligido y preocupado porque su padre es pastor en una iglesia grande donde Mario desempeña un papel de liderazgo como ministro de música. Los temores de Mario aumentan a medida que su cita con el médico se aproxima. En pánico, Mario le dice a un amigo que está considerando no ir a la cita y abandonar el estado para evitar el rechazo y la vergüenza que cree que le espera si la gente se entera. El amigo de Mario le sugiere que hable con la CHW en la agencia para la que trabaja con el fin de conocer las opciones.

Escenario 3

Jimmy es un hombre de 62 años que ha estado viviendo con el VIH durante 28 años. Ha sido activista contra el VIH, educador de pares, trabajador social y se desempeñó como presidente de varias organizaciones LGBTQIA en los últimos 30 años. Perdió a su viejo amigo y compañero de cuarto hace unos seis meses. Desde el fallecimiento de su amigo, Jimmy ha dejado de tomar los medicamentos, perdió varias citas con el médico y ha desaparecido de sus actividades de participación comunitaria. El médico derivó a Jimmy a una CHW para su reincorporación.

Introducción a la entrevista motivacional

O.A.R.S.: las 4 estrategias de entrevista motivacional en las primeras etapas del tratamiento

Open-ended questions (preguntas abiertas)

- Las preguntas abiertas recopilan información descriptiva amplia.
- Facilitan el diálogo.
- Requieren una respuesta que sea más que un simple sí o no.
- A menudo comienzan con palabras como “qué”, “cómo”, “cuénteme” o “dígame”.
- Suelen pasar de un tema general a uno específico.
- Transmiten que el interés se centra en el cliente.

"Affirmations" (afirmaciones) Deben ser sinceras.

- Apoyan y promueven la autoeficacia.
- Reconocen las dificultades a las que se ha enfrentado el cliente.
- Validan la experiencia y los sentimientos del cliente.
- Enfatizan experiencias pasadas que demuestran la fortaleza y el éxito para prevenir la desmotivación.

Reflective listening (escucha reflexiva)

- La escucha reflexiva comienza con una forma de pensar.
- Incluye un interés en lo que la persona tiene que decir y un deseo de comprender realmente cómo percibe su entorno.
- Es esencialmente una prueba de hipótesis.
- Lo que creen que entienden de una persona tal vez no sea lo que ella quiere decir.
- Repetición: más simple
- Reformulación: sustitución de sinónimos
- Parafraseo: reformulación importante
- Reflexión de los sentimientos: más profunda

Summarize (resumen)

- Los resúmenes refuerzan lo que se ha dicho, demuestran que han estado escuchando atentamente y preparan al cliente para seguir adelante.
- Los resúmenes pueden vincular los sentimientos de ambivalencia del cliente y promover la percepción de discrepancia.



Los 4 principios de la entrevista motivacional

Expresen empatía

- La aceptación facilita el cambio.
- Una buena escucha reflexiva es fundamental para expresar empatía.
- La ambivalencia es normal.

Desarrollen discrepancia

Esto se logra mediante una exploración exhaustiva de objetivos y valores.

- Ayuden al cliente a identificar sus propios objetivos y valores.
- Identifiquen pequeños pasos hacia las metas.
- Concéntrense en aquellos que sean factibles y saludables.
- Cuando surja el consumo de sustancias, exploren el efecto del consumo en alcanzar los objetivos o si coincide con los valores.
- Enumeren las ventajas y las desventajas del consumo y la sobriedad (balance decisional/matriz de beneficios).
- Permitan que el cliente justifique el cambio.

Enfréntense a la resistencia

- Eviten discusiones.
- Los seres humanos tienen un deseo incorporado de arreglar los problemas (reflejo de corrección).
- Cuando el reflejo de corrección choca con la ambivalencia, el cliente comienza a defender el *status quo*.
- Si una persona argumenta en nombre de una posición, se compromete más con ella.
- La resistencia es una señal para cambiar las estrategias.

Apoyen la autoeficacia

- Expresen optimismo de que el cambio es posible.
- Revisen ejemplos de éxitos pasados para dejar de consumir.
- Usen la escucha reflexiva, los resúmenes, las afirmaciones.
- Validen las frustraciones sin dejar de ser optimistas sobre la perspectiva del cambio.

Miller and Rollnick, *Motivational Interviewing: Preparing People for Change* Guilford Press. 2002

Estrategias de la entrevista motivacional: OARS

Estrategias	Descripción	Ejemplos
Preguntas abiertas	<ul style="list-style-type: none"> • Obtienen información descriptiva. • Requieren una respuesta que sea más que un simple sí o no. • Alientan al cliente a hablar la mayor parte del tiempo. • Nos ayudan a evitar prejuicios. • Mantienen el desarrollo de la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • A menudo comienzan con palabras como “qué”, “cómo”, “cuénteme” o “dígame”. • ¿Qué le gusta de los servicios que recibe? • Cuénteme sobre la última cita a la que asistió. • ¿Qué lo desafía como cliente? • ¿Qué cambiaría de su situación?
Afirmaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Deben ser sinceras. • Apoyan y promueven la autoeficacia. • Reconocen las dificultades a las que se ha enfrentado el cliente. • Validan la experiencia y los sentimientos del cliente. • Enfatizan experiencias pasadas que demuestran la fortaleza y el éxito para prevenir la desmotivación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendo lo difícil que debe haber sido para usted decidir venir aquí. Dio un gran paso. • Disfruté hablar con usted hoy y conocerlo un poco. • Agradezco su honestidad. • Se manejó muy bien en esa situación. • Esa es una buena sugerencia. • Debe ser muy valiente para ser tan abierto sobre esto. • Ha logrado mucho en poco tiempo.
Escucha reflexiva	<ul style="list-style-type: none"> • Una forma de verificar en lugar de asumir que saben lo que el cliente quiere decir. • Demuestra que les interesa y respetan lo que el cliente tiene que decir. • Demuestra que han escuchado y entendido con precisión al cliente. • Fomenta una mayor exploración de los problemas y sentimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suena como si... • Se pregunta si... • Entonces usted se siente... • Cuénteme más... • Las reflexiones son declaraciones. Las declaraciones que terminan con una inflexión descendente (en oposición a las preguntas) tienden a funcionar mejor porque a los clientes les resulta útil tener algunas palabras para comenzar una respuesta. Es menos probable que las declaraciones evoquen resistencia a diferencia de las preguntas. • Eviten las siguientes expresiones: “¿Quiere decir...” y “Lo que entiendo es que usted...” (pueden parecer condescendientes).
Resumen	<ul style="list-style-type: none"> • Refuerza lo dicho. • Demuestra que han estado escuchando atentamente. • Prepara al cliente para la transición. • Les permite ser estratégicas en lo que deben incluir para reforzar la conversación en la dirección del cambio. • Puede remarcar los sentimientos de ambivalencia y promover la percepción de discrepancia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entonces, déjeme ver si entendí bien... • Entonces, ha estado diciendo... ¿es correcto? • Déjeme ver si entiendo hasta ahora... • Esto es lo que entendí. Dígame si me he perdido algo. • Déjeme asegurarme de que entiendo exactamente lo que ha estado tratando de decirme... • Lo que dijo es importante. Valoro lo que dice. Estos son los puntos más destacados. • Tratamos bien ese tema. Vamos a hablar de...

Agradecimientos

Este plan de estudios está basado en y adaptado de otros planes de capacitación para educadores pares y promotoras de salud, como el plan Pilares para el éxito entre pares (<https://ciswh.org/resources/HIV-peer-training-toolkit>) y el plan del Centro de Capacitación Comunitaria del Departamento de Salud del Condado de Multnomah (<https://multco.us/health/community-health/community-capacitation-center>)

Equipo

Serena Rajabiun

Simone Phillips

Alicia Downes

Maurice Evans

LaTrischa Miles

Jodi Davich

Beth Poteet

Rosalía Guerrero

Precious Jackson

María Campos Rojo

Este proyecto es y ha sido financiado por la Administración de Recursos y Servicios de Salud (HRSA) del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos (HHS) con el número de subvención U69HA30462 "Mejor acceso a la atención médica: promotoras de salud para mejorar el vínculo con y la retención en la atención del VIH" (\$2 000 000 para fondos federales). Esta información o contenido y las conclusiones pertenecen al autor y no deben interpretarse como la posición ni la política oficial de la HRSA, el HHS o el gobierno de los EE. UU.

Cita sugerida:

Boston University Center for Innovation in Social Work & Health. (2019). *A Training Curriculum for Using Community Health Workers to Improve Linkage and Retention in HIV Care*. Extraído de <http://ciswh.org/chw/>

BOSTON
UNIVERSITY

Boston University School of Social Work
Center for Innovation in Social Work & Health