

Artículo Científico

Aporte científico a:

Neurociencias

Título:

LA ENTREVISTA MOTIVACIONAL

Subtítulo:

Ayudando a las personas a cambiar

Nombre del autor:

Dr. Carlino Ivan Morinigo

Lugar y Año de publicación:

Asunción, marzo de 2018

RESUMEN

Pocos métodos han experimentado un avance tan espectacular en tan poco tiempo como la entrevista motivacional. Su éxito se debe a varios factores: facilita la relación con el paciente, se evalúa científicamente su eficacia y se ha desarrollado de forma colaborativa. En la actualidad, la entrevista motivacional se aplica a una gran variedad de contextos y en función de los mismos, los receptores de la entrevista motivacional pueden ser clientes, pacientes, alumnos, tutelados, adictos, delincuentes o internos. Del mismo modo, quienes practican la entrevista motivacional pueden ser mentores, educadores, terapeutas, coaches, psicólogos, médicos o enfermeros. Esto hace que esta herramienta sea tan poderosa.

Palabras clave: Mentores, Educadores, Terapeutas, Coaches, Psicólogos.

SUMMARY

Few methods have experienced such a spectacular advance in as little time as the motivational interview. Its success is due to several factors: it facilitates the relationship with the patient, its efficacy is scientifically evaluated and it has been developed collaboratively. At present, the motivational interview is applied to a great variety of contexts and depending on them, the recipients of the motivational interview can be clients, patients, students, ward, addicts, criminals or interns. In the same way, those who practice the motivational interview can be mentors, educators, therapists, coaches, psychologists, doctors or nurses. This makes this tool so powerful.

Keywords: Mentors, Educators, Therapists, Coaches, Psychologists.

DESARROLLO

Introducción

¿Cómo es la motivación representada en nuestros cerebros? ¿Qué motiva a la gente a hacer las cosas que ellos hacen? O no lo hacen? ¿Por qué algunas personas toman las decisiones mismas malas repetidamente? Estas son cuestiones complejas y desconcertantes, y las respuestas son a menudo difícil de alcanzar.

La palabra motivación

Deriva del latín “motivus” o “motus”, que significa “causa del movimiento”.

La motivación puede definirse como «el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo».

Otros autores definen la motivación como «la raíz dinámica del comportamiento»; es decir, «los factores o determinantes internos que incitan a una acción». La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta.

Subir y mantener un buen estado de ánimo es importante para:

- Perseverar hacia la consecución de tus metas.
- Mantener un buen estado de salud.
- Evitar ansiedad, estrés o depresión.
- Fomentar tus relaciones personales.

- Sentirte feliz y fomentar tu bienestar.

Al entrar en una librería y estar en la sección de auto-ayuda. Cada publicado autoayuda tema de alguna manera toca el tema de motivar a la gente a tomar mejores decisiones, evitar conductas disfuncionales, y crear patrones de pensamiento que conducen a la más productiva y saludable.

Las clases fuera de la psicología y la filosofía aún se centran en los procesos relacionados con la toma de decisiones mejor. Los estudiantes de negocios, por ejemplo, tomar una clase llamada Ciencias de la Decisión. La Escuela de Negocios de la Universidad de Columbia en Nueva York tiene un centro completo dedicado a las decisiones llamados "El Centro de Ciencias de la Decisión". Afirma que su objetivo fundamental "para ayudar a los estudiantes a entender los comportamientos de los consumidores, las consecuencias de la toma de decisiones sobre las políticas públicas y las fundamentos neurológicos de juicio y toma de decisiones"

Pero, ¿qué son los fundamentos neurológicos asociados con las decisiones? ¿Hay neuronas conectadas en redes que afectan directamente a la motivación? En otras palabras, ¿cómo el cerebro y sus redes neuronales y las estructuras anatómicas se combinan para formar las motivaciones y los comportamientos resultantes?

Estas preguntas forman el núcleo de lo que los neurocientíficos y neuropsicólogos especializados en el estudio de la motivación el deseo de conocer, examinar empíricamente, analizando y probando cómo la "mente" facilita la motivación - y sus parientes cercanos se llama emociones. (Para obtener más información, consulte las emociones humanas y el cerebro)

Pero la investigación de la mente humana busca de pistas sobre la motivación sólo recientemente ha dado pasos significativos en las áreas de estudio científico. Esos avances llegó junto con la introducción de las tecnologías de neuroimagen que dan los investigadores en tiempo real, las imágenes en directo de las actividades del cerebro. El uso de estos dispositivos de neuroimagen en combinación con las pruebas de motivación

y tareas, los investigadores estudian ahora la motivación en formas inauditas de hace sólo una década.

El estudio de la motivación y el comportamiento

Hasta hace poco, los investigadores usaron animales exclusivamente para estudiar la motivación. La creación de un sistema de recompensas, castigos y refuerzos, los psicólogos utilizan los animales para motivar comportamientos en términos de alcanzar para las recompensas o evitar castigos.

Los perros de Pavlov son el ejemplo clásico de aprendizaje condicionado. Ivan Petrovich Pavlov, el fisiólogo ruso, psicólogo y médico, estudió cómo los perros salivaban cuando la comida se muestra que sabían que era apetecible. Por lo tanto, tenían que probar antes de la comida, les resulta agradable, y cuando se le presenta la comida de nuevo, que la boca agua sería. Los perros también pueden estar condicionados a salivar con una luz o tono. Si Pavlov presentó una luz o un tono cada vez que se dio a los perros la comida sabrosa, pronto comenzaría la boca agua sólo en la vista o el sonido del estímulo. Llamó al estímulo de "refuerzo".

En el ejemplo de Pavlov, la comida es el reforzador primario o incondicionado, y el tono o la luz es el reforzador secundario o condicionado. Los reforzadores primarios motivan el comportamiento sin ningún tipo de aprendizaje, mientras que los refuerzos secundarios sólo después de motivar el aprendizaje - o acondicionado - lleva a cabo.

Los científicos promovido conclusiones de Pavlov por animales tales como ratas para realizar una acción determinada para recibir una recompensa o castigo. Se entrenaron ratas para presionar una palanca para obtener gránulos de alimentos, por ejemplo. Esto se conoce como aprendizaje instrumental.

A partir de estos experimentos en animales, los neurocientíficos han extrapolado refuerzos primarios y secundarios de los comportamientos humanos. Los seres humanos aprenden las señales que conducen a resultados positivos y negativos, llegando a ser motivado por las acciones y comportamientos que producen resultados positivos. Los individuos también aprenden rápidamente lo que provoca resultados negativos, y tratar de disminuir o evitar los comportamientos que conducen a resultados adversos.

Sin embargo, los estudios de investigación con seres humanos han permanecido en la oscuridad, principalmente como resultado de las consecuencias éticas. Por ejemplo, mantener la alimentación de los humanos, o castigarlos con opciones tales como descarga eléctrica para enseñarles a evitar ciertos comportamientos no son opciones viables.

El contexto social también desempeña un papel en el aprendizaje humano. Por ejemplo, en algunas situaciones experimentales, los seres humanos tendrán que tomar decisiones para evitar parecer estúpido. Sin embargo, neuropsicólogos ahora utilizan herramientas eficaces para medir la motivación humana.

El Iowa Gambling Task es un ejemplo de ello, ahora la herramienta más utilizada para la comprensión de cómo los seres humanos utilizan recompensas y castigos para alterar el comportamiento.

El Iowa Gambling Task

En el Iowa Gambling Task, los investigadores utilizan cuatro barajas de cartas y jugar dinero. Participantes en la prueba seleccionar las cartas de las barajas, que, desconocido para ellos, llevan la marca correspondiente: dos cubiertas son de alto riesgo, dos cubiertas son de bajo riesgo.

Los investigadores diga a los participantes que cada vez que seleccione una tarjeta que van a ganar dinero juego, pero de vez en cuando de seleccionar una tarjeta que les hacen perder un poco de dinero.

Las cubiertas de alto riesgo ofrecen las recompensas más altas de dinero, sino también las mayores sanciones. El objetivo es ganar tanto dinero como sea posible, y los participantes aprenden rápidamente que mediante la selección de las cubiertas de alto riesgo que ganan grandes cantidades de dinero, pero puede perder las cantidades más grandes también. Durante el transcurso del juego, los participantes ganan más y tienen la menor cantidad de penalizaciones mediante la selección de las cubiertas de bajo riesgo.

Participantes normales selección de cartas de cada mazo aprender después de unos 40 o 50 selecciones que las cubiertas tengan la más constante de ingresos con menos sanciones. Sin embargo, los participantes de la prueba con daños o lesiones a la región del cerebro corteza prefrontal en los lóbulos frontales, también llamada la corteza orbitofrontal (OFC), ya que está por encima de las órbitas de los ojos ", continúe seleccionando desde las cubiertas malas.

Algunos neurocientíficos de crédito estos resultados al hecho de que las personas con disfunción OFC no se conectan a las conductas futuras consecuencias - también evidente en sus vidas diarias. Sin embargo, estos resultados aún están en debate en la comunidad científica, y muchos aún no están convencido de una relación de causalidad directa entre la disfunción OFC y la planificación de las consecuencias.

Un número de investigadores neuropsicológicos utilizar la Iowa Gambling Task en combinación con imágenes de resonancia magnética funcional, o fMRI, para observar las regiones del cerebro a medida que completan la Iowa Gambling Task utilizando diferentes paradigmas de investigación. Por ejemplo, algunos sólo observar voluntarios normales, mientras que otros observan las personas con trastornos psiquiátricos, como la esquizofrenia y el trastorno obsesivo-compulsivo.

Una solución científica

Sin embargo, utilizando fMRI para poner a prueba a los participantes en términos de reforzadores primarios como la comida o la bebida presenta algunas dificultades para los científicos porque las máquinas de resonancia magnética funcional requieren que los participantes pongan lo más quieto posible.

Ellos han encontrado una forma de evitar esta limitación mediante la elaboración de estudios que activan el gusto y los sentidos del olfato. Los científicos saben que la corteza orbitofrontal (OFC) contiene receptores de sabor y olor, por lo que idean experimentos que prueban "saciedad sensorial específica" con estos receptores.

Por ejemplo, comer una galleta que te hace desear otra, y otra, hasta que después de un cierto número de galletas que ya no son atractivas. En un estudio se dio a los participantes una comida abundante, y luego utiliza los olores de los alimentos consumidos durante la comida durante un estudio de fMRI. La respuesta de la OFC durante la presencia de los olores se hizo cada vez más reducido, que apunta a la evidencia de que la OFC está involucrada en la motivación para seguir haciendo algo.

Otros investigadores han alejado de usar la comida como reforzador primario en los estudios, convirtiéndose en lugar de la utilización de recompensas financieras. El dinero no es un reforzador primario, ya que no responde a una necesidad fisiológica, sin embargo, es un fuerte motivador de comportamiento.

Desde finales de 1990, una serie de experimentos que usan el dinero como recompensa ha demostrado la activación en las áreas del cerebro son: el cerebro medio, el tálamo, el cuerpo estriado dorsal y ventral, y OFC. (Para obtener más información sobre la anatomía del cerebro, ver los fundamentos de la estructura del cerebro)

Daño en la amígdala, las emociones y la motivación

Como se observa en el siguiente artículo sobre las emociones, los estudios realizados sobre las personas con lesiones cerebrales a la amígdala, una estructura subcortical del sistema límbico, exhiben el procesamiento emocional disfuncional.

Del mismo modo, los estudios sobre la motivación - aprendizaje específicamente condicionado - muestran que algunos pacientes con daños en la amígdala tienen impedimentos en el aprendizaje condicionado relativas tanto a los refuerzos positivos y negativos. Los investigadores de hoy en día están investigando esta relación entre la amígdala y la motivación - y como daños en la estructura profunda del cerebro al mismo tiempo provoca alteraciones emocionales.

Motivado a estudiar las motivaciones

Si usted está interesado en saber por qué y cómo las personas se motivan, y desea trabajar en los campos o de cualquiera de Neuropsicología Neurociencia, se debe considerar una licenciatura o título de grado en psicología. Los avances en la tecnología han hecho posible el estudio de la motivación humana y los cerebros algunos de las investigaciones más oportuna y necesaria para la sociedad compleja y cambiante de hoy.

La mayoría de las carreras investigadoras se centran en la investigación motivación y requieren por lo menos un doctorado Los laboratorios públicos y privados contratar a personas con grados avanzados en las neurociencias.

Póngase en contacto con las escuelas que ofrecen grados en psicología para obtener más información acerca de una carrera en este campo.

Recompensas, Motivación y Aprendizaje

Recompensas motivar el aprendizaje, de acuerdo con el artículo 2006 Neuronas "Recuerdo de Recompensas." O, al menos, un área de circuitos del cerebro podría ayudar a motivaciones a su vez en la memoria, dijo el neurocientífico cognitivo Alison Adcock y sus colegas en el artículo de la revista.

En este estudio, los investigadores revelaron específicas relacionadas con la recompensa regiones del cerebro que alerta a otras regiones, el aprendizaje y ayudar a la formación de la memoria.

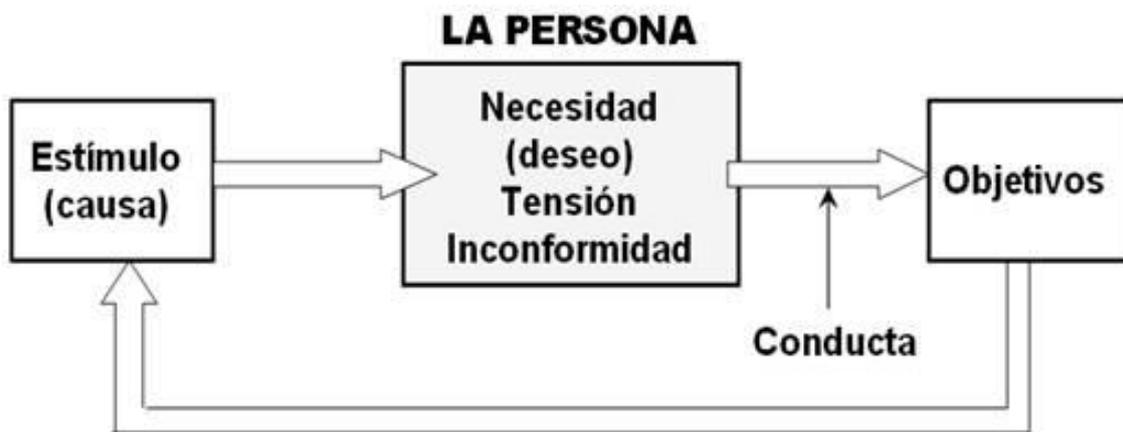
Adcock, ahora un profesor asistente en el Instituto de Ciencias del Cerebro de Duke en Carolina del Norte, utilizó resonancia magnética funcional para escanear los cerebros de los voluntarios, ya que participó en dos tipos de tareas relacionadas con la recompensa.

La primera tarea intentado identificar el área del cerebro responsable de anticipar recompensas. Los investigadores mostraron a los participantes en círculos o cuadrados que contenían una cantidad de dinero que los sujetos podían ganar o perder. Las cantidades que oscilaban entre nada de dinero a \$ 5, y ganar dinero a los participantes tenían que presionar un botón inmediatamente cuando se muestra en un objetivo. Neuroimagen en esta tarea mostraron una mayor actividad en la región del cerebro como recompensa mesolímbico participantes anticiparon - un área también se asocian con el procesamiento emocional.

La segunda tarea tratado de medir cómo esta región mesolímbica también facilitó el procesamiento de la memoria. Los científicos mostraron a los participantes de "valor" símbolos asociados con escenas diferentes. Un símbolo puede ser un valor de \$ 5, mientras que otro fue sólo vale diez centavos, y los participantes tenían que tratar de recordar los símbolos y las escenas correspondientes. Al día siguiente, los participantes regresaron a recoger escenas de grupos de escenas, y como era de esperar, las escenas de alto valor fueron recordados más que las escenas de bajo valor. Pero lo que los investigadores encontraron notable fue que la retirada de los símbolos activan zonas de la región mesolímbico, así como el hipocampo. El

hipocampo localizado en el lóbulo temporal medial (MTL), es conocido por los procesos de orden superior tales como el aprendizaje y la memoria.

Los participantes que mostraron la mayor actividad en las regiones mesolímbico y MTL exhibieron el mejor recuerdo de la memoria. El estudio resume los resultados como una demostración de que los organismos "expectativas y motivaciones interactúan con los acontecimientos en el mundo físico para influir en el aprendizaje.", Concluyeron los investigadores que la activación anticipada de los circuitos mesolímbico podría ayudar a traducir la motivación en la memoria.



¿Qué es la entrevista motivacional?

A grandes rasgos, podemos entender la entrevista motivacional como una herramienta para que las personas cambien aquello que no les gusta de ellas. Eso que les produce una gran disonancia, y por lo tanto, desagrado. Esto se consigue mediante la conversación con el entrevistado. Mediante esta herramienta conseguimos derribar las barreras que impiden o dificultan que las personas cambien.

Lo cierto es que conversamos acerca del cambio cada día y de forma natural. Hacemos peticiones a los demás y somos muy sensibles a los

aspectos del lenguaje cotidiano que denotan reticencia, buena disposición, compromiso... De hecho, aparte de transmitir información, una de las funciones más importantes del lenguaje es motivar e influir en la conducta del otro. Puede ser algo tan sencillo como pedirle a alguien que nos pase la sal o tan complejo como negociar un tratado internacional.

También hay conversaciones acerca del cambio que suceden en forma de consulta a un profesional. Mediante las mismas, una persona intenta ayudar a otra a cambiar. Médicos, dentistas, enfermeros, dietistas y nutricionistas también mantienen conversaciones sobre el cambio de conducta y estilo de vida.

La entrevista motivacional presta atención al lenguaje natural acerca del cambio. Su propósito es tener conversaciones más efectivas acerca del mismo. Esto se pretende sobre todo cuando se dan en un contexto en el que alguien ofrece ayuda profesional a otra persona.

Muchas de estas conversaciones transcurren de una manera inútil o disfuncional, por muy buenas que sean las intenciones del entrevistador. Así, la entrevista motivacional se ha diseñado para encontrar un modo constructivo de superar los retos que aparecen cuando alguien se adentra en la motivación para el cambio de otra persona.

En concreto, la entrevista motivacional consiste en organizar las conversaciones. De este modo las personas pueden persuadirse a sí mismas para cambiar, en función de sus propios valores e intereses.

Los estilos comunicativos

Podemos pensar en las conversaciones de ayuda como si estuvieran situadas a lo largo de un continuo o segmento. En un extremo encontramos el estilo directivo. En el extremo opuesto, encontramos el estilo de acompañamiento. El centro de este continuo se encuentra gobernado por el estilo de guía, que es el que sigue el modelo de la entrevista motivacional.

Para ponernos mejor en esta situación, imaginemos que viajas a un país extranjero y contratas a un guía para que te ayude.

El trabajo del guía no consiste en decirte cuándo debes llegar, dónde debes ir o qué debes ver o hacer. Un guía hábil sabe escuchar y ofrecer información experta cuando es necesario y en función de tus intereses. La entrevista motivacional se sitúa en este territorio intermedio entre dirigir y acompañar e incluye elementos de ambos. Guiar es una tarea en la que muchas veces es necesario acompañar, otras dirigir y otras no hacer ninguna de las dos cosas, dejando libertad o abriendo el abanico de posibilidades que es capaz de percibir la persona guiada, e intercalando estas tres actitudes con inteligencia.

Por ejemplo, estimular el aprendizaje de un niño en la mayoría de las ocasiones implica que hagamos de guías. Demanda que intercalemos periodos de acompañamiento o supervisión, con otros de dirección y con otros de libertad.

Evitar el reflejo de corrección es fundamental en la entrevista motivacional

Las personas llegan a ejercer una profesión en la que se ayuda a los demás por diferentes motivos. Puede ser por querer devolver algo a la sociedad, prevenir y aliviar el sufrimiento, manifestar el amor a Dios, etc. Irónicamente, estos mismos motivos pueden llevar a un uso excesivo del estilo directivo a la hora de prestar esta ayuda. Cuando, ¡cuidado!... El estilo directivo puede llegar a ser inefectivo o contraproducente cuando queremos ayudar a las personas.

Cuando usamos el estilo directivo también utilizamos el reflejo de corrección. Queremos ayudar tanto a la persona que imponemos muchas veces lo que debe o no debe hacer. Pero esto, desgraciadamente, crea resistencias. Precisamente uno de los objetivos de la entrevista motivacional es conseguir minimizar esas resistencias.

¿Qué no es la entrevista motivacional?

Puede ser útil aclarar qué no es la entrevista motivacional y diferenciarla de otros métodos de entrevista. La entrevista motivacional no consiste sencillamente en ser amable con los demás. Tampoco es igual a la terapia centrada en el cliente de Carl Rogers. En la entrevista motivacional hay un movimiento intencional y estratégico hacia uno o más objetivos específicos.

La entrevista motivacional tampoco es una “técnica”, un truco fácil de aprender que podemos añadir sin más a nuestra caja de herramientas. Es más bien un estilo de estar con los demás, una integración de habilidades clínicas concretas que promueve la motivación para el cambio.

Es un estilo complejo que se puede ir perfeccionando a lo largo de los años. Tampoco es la panacea ni la solución a todos los problemas clínicos. La entrevista motivacional se desarrolló específicamente para ayudar a las personas a resolver la ambivalencia ante el cambio y reforzar su motivación.

Durante todo el proceso de la entrevista motivacional se usan cinco habilidades comunicativas clave. Estas habilidades son las siguientes: formular preguntas abiertas, afirmar, reflejar, resumir y proporcionar información y consejo, siempre con permiso del cliente.

Como hemos visto, la entrevista motivacional es una poderosa herramienta que facilita el cambio en las personas. Debilita la ambivalencia ante el mismo y fomenta la motivación. Todo esto es posible mediante un estilo comunicativo de guía, sin imponer nada y dejando que el cliente decida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Miller, W.R., Rollnick, S. (2014).

Motivational interviewing in the treatment of psychological problems. New York: Guildford Press.

De la Vega, M. (2016).

Introducción a la psicología cognitiva. Alianza.

Bruner, J.S. (2015).

Learning and Thinking. Harvard Education, 29: 184-192.

Pozo, J.I. (2013).

Teorías cognitivas del aprendizaje. Morata. Novena edición.